مجلة إكليل للدراسات الانسانية
التصنيف الورقي: العدد 19 /ايلول/2024
المجلد(5)- العدد(3)-الجزء(3) IASJ–Iraqi Academic Scientific Journals

# أخلاقيات الإعلام في مواجهة المحتوى الهابط: التحديات والفرص

الباحثة: ريام حيدر اسعد شبر

**الكلمات المفتاحية:** الإعلام، المحتوى الهابط، التحديات

**الملخص:**

يتناول هذا البحث التحديات التي تواجه أخلاقيات الإعلام في ظل انتشار المحتوى الهابط في العصر الرقمي. يستعرض البحث مفهوم المحتوى الهابط وخصائصه، ويحلل تأثير التكنولوجيا والضغوط الاقتصادية على جودة المحتوى الإعلامي. كما يناقش الآليات الحالية لمواجهة هذا التحدي، بما في ذلك التشريعات والهيئات الرقابية. يقترح البحث استراتيجيات لتعزيز أخلاقيات الإعلام، مثل التعليم الإعلامي وتطوير مدونات السلوك المهني. أخيرًا، يستكشف البحث فرصًا وحلولًا مبتكرة، مثل استخدام التكنولوجيا لتحسين جودة المحتوى ونماذج جديدة للرقابة الذاتية، مع التركيز على تحقيق التوازن بين حرية التعبير والمسؤولية الإعلامية.

**المقدمة:**

إن التطور التكنولوجي هو عملية تطوير وتحسين التكنولوجيا على مر الزمن. يعتبر التطور التكنولوجي أحد أهم العوامل التي تؤثر على تقدم المجتمعات وتطورها في مختلف المجالات.

منذ العصور القديمة، كان الإنسان يبتكر وسائل وأدوات لتسهيل حياته وتحسينها. ومع مرور الوقت، تطورت التكنولوجيا بشكل كبير، مما أدى إلى ظهور اختراعات واكتشافات جديدة تغيرت بها الحياة بشكل جذري.

في العصور الحديثة، تسارعت وتيرة التطور التكنولوجي بشكل كبير، مما أدى إلى ثورة تكنولوجية حقيقية. ظهرت الكمبيوترات والإنترنت والهواتف الذكية والتكنولوجيا اللاسلكية والذكاء الاصطناعي وغيرها من الابتكارات التكنولوجية التي أحدثت تحولًا كبيرًا في مجالات الاتصالات والمعلومات والطب والنقل والطاقة والتصنيع وغيرها.

تأثير التطور التكنولوجي يمتد أيضًا إلى المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية. فقد أصبحت العالم أكثر اتصالًا وتواصلاً، حيث يمكن للأشخاص التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض بسهولة عبر الحدود والزمن. كما أدى التطور التكنولوجي إلى زيادة الإنتاجية وتحسين العمليات التجارية وتوسيع فرص العمل وتحسين جودة الحياة.

وفي عصر الثورة الرقمية والتطور التكنولوجي المتسارع،أصبحت التكنولوجيا تلعب دورًا محوريًا في تشكيل الإعلام والذي بدوره يقوم بالتأثير على الرأي العام وتوجيه المجتمعات.

ومع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي وتعدد منصات النشر الإلكتروني، ظهرت تحديات جديدة تتعلق بجودة المحتوى الإعلامي وأخلاقياته. فقد أدى سهولة النشر وسرعة انتشار المعلومات إلى ظهور ما يُعرف بـ "المحتوى الهابط"، وهو المحتوى الذي يفتقر إلى المصداقية والمهنية، ويهدف إلى الإثارة وجذب الانتباه دون مراعاة للقيم الأخلاقية والمعايير المهنية.

يشكل هذا المحتوى الهابط تحديًا كبيرًا للمؤسسات الإعلامية التقليدية والحديثة على حد سواء، حيث يتنافس معها على اهتمام الجمهور ويؤثر سلبًا على مصداقية الإعلام ككل. كما أنه يثير تساؤلات مهمة حول دور أخلاقيات الإعلام في عصر الإنترنت، وكيفية الموازنة بين حرية التعبير وضرورة الحفاظ على جودة المحتوى الإعلامي.

في ضوء هذه التحديات، يصبح من الضروري دراسة وتحليل دور أخلاقيات الإعلام في مواجهة المحتوى الهابط، والبحث في الآليات والاستراتيجيات التي يمكن من خلالها تعزيز المحتوى الإعلامي الجاد والمسؤول، مع الحفاظ على حرية التعبير وتنوع الآراء.

**المشكلة البحثية وأهميتها**

في ظل التطور التكنولوجي والثروة المعلوماتية الهائلة، فلقد أصبح هناك ما يسمى بالإعلام الرقمي الخالي من القواعد، وعليه فإن محتواه أصبح هابط، وأصبح محتوى غير لائق ومن هنا يمكننا القول بأننا لابد من تسليط الضوء على المحتوى الإعلامي تلك، ومعرفة الجهود المبذولة في التصدي له، حيث تمثل المشكلة البحثية في دراسة التحديات التي تواجه أخلاقيات الإعلام في ظل انتشار المحتوى الهابط، وتحليل الفرص المتاحة لتعزيز الممارسات الإعلامية الأخلاقية في البيئة الرقمية الحالية.

**أهمية الدراسة**

تكمن أهمية هذه الدراسة في عدة جوانب:

1. الحفاظ على مصداقية الإعلام: يعد فهم وتطبيق أخلاقيات الإعلام أمرًا حيويًا للحفاظ على ثقة الجمهور في وسائل الإعلام وضمان استمرار دورها الفعال في المجتمع.
2. حماية المجتمع: المحتوى الهابط قد يؤدي إلى نشر معلومات مضللة أو خاطئة، مما يشكل خطرًا على الوعي العام والتماسك الاجتماعي.

3. تطوير الممارسات الإعلامية: دراسة هذه المشكلة تساهم في تطوير استراتيجيات وآليات جديدة لتعزيز الممارسات الإعلامية الأخلاقية في العصر الرقمي.

4. التوازن بين الحرية والمسؤولية: تساعد هذه الدراسة في فهم كيفية الموازنة بين حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية للإعلام.

5. التأثير على صناعة القرار: نتائج هذه الدراسة قد تساهم في توجيه صناع القرار وواضعي السياسات الإعلامية نحو تبني تدابير فعالة لمواجهة تحديات المحتوى الهابط.

**أهداف البحث**

1. تحليل طبيعة وأشكال المحتوى الهابط في الإعلام الرقمي المعاصر.
2. دراسة التحديات التي تواجه تطبيق أخلاقيات الإعلام في ظل انتشار المحتوى الهابط.
3. استكشاف الفرص المتاحة لتعزيز الممارسات الإعلامية الأخلاقية في البيئة الرقمية.
4. تقييم فعالية الآليات الحالية لمواجهة المحتوى الهابط وتعزيز أخلاقيات الإعلام.
5. اقتراح استراتيجيات وحلول مبتكرة لتحسين جودة المحتوى الإعلامي وتعزيز الالتزام بالمعايير الأخلاقية.

**تساؤلات البحث**

1. ما هي الأشكال الرئيسية للمحتوى الهابط في الإعلام الرقمي المعاصر؟
2. كيف يؤثر انتشار المحتوى الهابط على مصداقية الإعلام وثقة الجمهور؟
3. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه تطبيق أخلاقيات الإعلام في العصر الرقمي؟
4. ما هي الفرص المتاحة لتعزيز الممارسات الإعلامية الأخلاقية في مواجهة المحتوى الهابط؟
5. ما مدى فعالية الآليات والتشريعات الحالية في مواجهة المحتوى الهابط وتعزيز أخلاقيات الإعلام؟
6. كيف يمكن الموازنة بين حرية التعبير وضرورة الحفاظ على جودة المحتوى الإعلامي؟
7. ما هي الاستراتيجيات والحلول المبتكرة التي يمكن تطبيقها لتحسين جودة المحتوى الإعلامي وتعزيز الالتزام بالمعايير الأخلاقية؟

**منهج البحث**

اتبع هذا البحث المنهج الوصفي في وصف الظاهرة وتسليط الضوء عليها، من خلال العديد من الأدبيات التي تناولت الظاهرة محل البحث.

**محاور البحث**

1. الإطار المفاهيمي لأخلاقيات الإعلام والمحتوى الهابط
2. تحديات أخلاقيات الإعلام في العصر الرقمي
3. أشكال المحتوى الهابط وآثاره على المجتمع
4. الآليات الحالية لمواجهة المحتوى الهابط
5. استراتيجيات تعزيز أخلاقيات الإعلام في البيئة الرقمية
6. الفرص والحلول المبتكرة

**الدراسات السابقة**

**دراسة (إبراهيم، 2020)،**

تستقى هذه الدراسة أهميتها من تزايد الاهتمام بقضية أخلاقيات الصحافة الرقمية فى ظل تعدد التحديات والتجاوزات الاخلاقية والمهنية التى تواجهها وهو ماكشفت عنه نتائج بعض الدراسات السابقة سواء العربية او الاجنبية مثل انتهاك الخصوصية، فبركة المعلومات، اللجوء الى الزيارات الوهمية لجلب مزيد من الاعلانات ونشرصور وفيديوهات ومعلومات دون التأكد من صحتها لضمان القدرة على المنافسة خاصة فى ظل انتشار ظاهرة صحافة المواطن والشبكات الاجتماعية

فضلاً عن أن قانون رقم 180 لعام 2018 والمنوط به وضع ضوابط للنشر الرقمى لم يحظ بالقدر الكافى من الدراسة فى حدود علم الباحثة. كما أن المزج بين الاسلوب الكمى والكيفى فى جمع البيانات يساهم فى إثراء النتائج خاصةً فى ظل قلة الدراسات العربية التى جمعت بين أسلوبى التحليل الكمى والكيفى واقتصار أغلبها على مقابلة القائمين بالاتصال والقيادات فى المؤسسات الصحفية فقط.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج تشير إلى مجموعة من الاستخلاصات فى ضوء الإطار النظرى الموجه للدراسة وتتمثل فى:

1- التزام غالبية القائمين بالاتصال فى المواقع الاليكترونية محل الدراسة والتابعة لمؤسستي الأهرام والبوابة نيوز بالأخلاق المهنية العامة للعمل الصحفى وتطبيقها فى التعامل مع خصوصية النشر الصحفى الاليكترونى.

2- الاهتمام بتنمية ما يسمى بالضمير المهنى لدى الصحفى وترتبط هذه النقطة بتوفير بيئة عمل مناسبة للقائم بالاتصال تضمن حصوله على حقوقه ومن ثم التزامه بأداء واجباته.

3- العمل على زيادة هامش الحرية الممنوح لوسائل الإعلام بصفة عامة ومن بينها الصحف سواء الورقية أو الاليكترونية وتفعيل استراتيجية التنظيم الذاتى للصحافة والاعلام.
4- اهمية استحداث تشريعات ومواثيق شرف خاصة بطبيعة الوسيلة الجديدة وأخلاقياتها يشترك فى صياغتها خبراء فى المجال الاعلامى والتقنى مع ضرورة توفيق أوضاع المحررين الاليكترونين بما يضمن لهم الحصول على حقوقهم وأداء واجباتهم.
5- أهمية التخطيط فى المواقع محل الدراسة للتعامل مع آليات الذكاء الاصطناعى وكيفية مواجهة التحديات التى يفرضها فى مجال الإعلام والتى تؤثر بدورها فى الأخلاقيات المهنية للعمل الصحفى وخاصةً الرقمى.

**دراسة (هاشم، 2020)،**

ينتمي العرض التحليلي الحالي إلى الدراسات الوصفية التحليلية، ويعتمد على منهج التحليل من المستوى الثاني Secondary analysis ويقوم على إعادة استخدام البيانات الناتجة من بحوث العلوم الاجتماعية، ويقدم التحليل مصدراً مهماً للبيانات التطبيقية كما يوفر للباحثين معلومات يمكن الاستفادة منها في معالجة مشكلات بحثية مهمة. ويعتمد هذا المنهج على التحليل الكيفي للدراسات العلمية التي تنتمي الضوابط والمهنية والأخلاقية في المواقع الإلكترونية والمنشورة في الإطار الزمني من العام 2013م حتى العام 2018م، ويسمح هذا الإطار برصد وتوصيف وتحليل الاتجاهات البحثية المختلفة والتطور الذي يحدث في القضايا ورؤى وأفكار الباحثين في المجال.

وتحدد الإطار الموضوعي المجتمع التحليل في مجموعة البحوث سواء المنشورة أو غير المنشورة باللغتين العربية والإنجليزية ذات الصلة بموضوع الضوابط والمهنية والأخلاقية في المواقع الإلكترونية بمختلف دول العالم، والتي استطاعت الباحثة الحصول عليها من خلال المسح الشامل للمكتبتين العربية والغربية سواء من خلال المكتبات التقليدية، أو من خلال قواعد البيانات والمعلومات المتاحة على شبكة الانترنت.

**دراسة (جعفر، 2023)،**

في ظل التغير والانفتاح التي طرأ على المجتمع العراقي بعد ٢٠٠٣، وما رافقه من انتشار التطورات التكنولوجية وانتشار للمحتوى الرقمي وما لهما من اثار بالغة على افكار وعقلية فئة الشباب كفئة اكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي ، اذ يتصور بعضهم ان التغير هو (الانقلاب على كل المبادئ، فقد ظهرت ظاهرة مجتمعية تدعى بـ( المحتوى الرقمي الهابط تكاد

تفتك في محيط الاسرة والقيم المجتمعية نتيجة اساءة تداول المنشورات الهابطة على مواقع التواصل الاجتماعي المخالفة للذوق العام والأخلاق والعادات والتقاليد الاجتماعية وبدورها تخالف حق حماية الاسرة الذي اقره دستور جمهورية العراق لسنة ٢٠٠٥ في نص في المادة ٢٩ /أولاً، مما دفع بالسلطة التنفيذية والقضائية الى اتخاذ إجراءات احترازية لمواجهة صانعي انتشار المحتوى الهابط المخالفة الاداب العامة والقانون بإصدار عقوبات بحقهم كالجنح أو الغرامة او كليهما غايتهما الاصلاح لكن رافق هذا التجريم مخاوف وقلق من عودة سياسية تكتيم الافواه التي كان يمارسها النظام السابق في العراق بحجة حماية النظام العام او تحقيق غايات تخدم مصالح خاصة للنظام الحاكم على حساب المصلحة العامة، وان هذه الاجراءات لابد منها لأهمية الحفاظ على الاسرة والمجتمع ووحدة الصف الوطني ، لكن ينبغي ان تكون علمية ومدروسة لضمان عدم تعارضها مع حرية التعبير عن الرأي التي ضمنتها الاتفاقيات الدولية والدساتير الوطنية كدستور جمهورية العراق لسنة ٢٠٠٥ العراقي في المادة (٣٨) .

**دراسة (Tiozo & Ott , 2021)**

لقد جلبت الوسائط الرقمية والتقنيات المتصلة بعض التحديات الأخلاقية الجديدة إلى السطح. أخلاقيات الوسائط الرقمية هي الدراسة العلمية والمنهجية للمواقف والمشاكل الأخلاقية فيما يتعلق باستخدام الوسائط الرقمية. تناقش هذه الورقة دور أخلاقيات الوسائط الرقمية في التعليم المدرسي الحديث. أولاً، يُزعم أن أخلاقيات الوسائط الرقمية يُنظر إليها على أفضل وجه باعتبارها بُعدًا من أبعاد الكفاءة الرقمية بشكل عام. نظرًا لأن تطوير الكفاءة الرقمية للطلاب هو أحد الطموحات المركزية في التعليم المدرسي الحديث، فهناك سبب وجيه لتدريس أخلاقيات الوسائط الرقمية في المدرسة. ثم يواصل المؤلفون القول بأن هناك ثلاث فوائد محتملة على الأقل من تدريس أخلاقيات الوسائط الرقمية: (أ) سيزيد الطلاب من كفاءتهم الرقمية؛ (ب) سيطور الطلاب قدرتهم على استخدام التقنيات الرقمية والمتصلة مثل الهواتف المحمولة للتعلم؛ و(ج) سيتم مساعدة الطلاب في عيش حياة جيدة. أخيرًا، يقدم المؤلفون بعض التأملات حول التحديات التي قد تنشأ عند دمج أخلاقيات الوسائط الرقمية في التعليم المدرسي.

دراسة (Murad & Elessawi & Mekawi, 2022)،

تهدف المقالة إلى اكتشاف أخلاقيات وقوانين الإعلام في بيئة منصات الاتصال الرقمية، ومستوى الالتزام بمواثيق وقوانين النشر الإعلامي، وأثر الالتزام على الفرد والمجتمع. واعتمدت المقالة على المنهج النوعي من خلال التحليل والمقارنة، مستخدمة حالة دراسية لأخلاقيات وقوانين الإعلام في الأردن. ولتقديم تصور ورؤية موضوعية، استخدم الباحثون المقابلة شبه المنظمة كأداة لجمع البيانات من خمسة خبراء متخصصين في الإعلام والقانون حول أخلاقيات وقوانين الإعلام في البيئة الرقمية في الأردن. وخلصت المقالة إلى أن البيئة الرقمية الجديدة فرضت واقعاً اتصالياً فريداً يتطلب مجموعة من الضوابط والمعايير الأخلاقية والقانونية للنشر. كما تبين أن مستوى تطبيق أخلاقيات النشر الرقمي ضعيف بسبب خضوعه للأمزجة. وقد تسبب الانفتاح الاتصالي الذي أحدثته تكنولوجيا الاتصالات في العديد من مظاهر الاضطراب في المحتوى الرقمي. وفي الأردن، تم تطوير مواد قانونية صريحة لتنظيم ومراقبة النشر الرقمي فيما يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية. ومن التحديات التي تواجه أخلاقيات وتشريعات الإعلام والنشر الرقمي، تحديات الاستعداد والرغبة، والمعرفة، وضعف التربية الإعلامية للأفراد في التعامل مع النشر والمحتوى الرقمي، ومن أبرز المعالجات التي أشار إليها خبراء الإعلام والقانون، الترويج والتشجيع على أهمية التطبيق الطوعي لأخلاقيات المهنة، وعقد دورات تدريبية للعاملين في مختلف وسائل الإعلام، وخاصة الإعلام الرقمي.

## الإطار النظري

### الفصل الأول: أخلاقيات الإعلام في مواجهة المحتوى الهابط

### 1. الإطار المفاهيمي لأخلاقيات الإعلام والمحتوى الهابط

#### 1.1 تعريف أخلاقيات الإعلام وأهميتها

تعرف أخلاقيات الإعلام بأنها مجموعة المبادئ والقيم التي تحكم السلوك المهني للإعلاميين وتوجه ممارساتهم نحو تحقيق المصلحة العامة. وتشمل هذه الأخلاقيات مبادئ مثل الدقة، الموضوعية، النزاهة، والمسؤولية الاجتماعية (الدليمي ،2016). تكمن أهمية هذه الأخلاقيات في ضمان الموضوعية والنزاهة في نقل المعلومات، وبناء الثقة بين وسائل الإعلام والجمهور.

يشير Ward (2018) إلى أن أخلاقيات الإعلام تلعب دورًا حاسمًا في الحفاظ على سلامة المهنة الإعلامية وحماية حق الجمهور في المعرفة. كما يؤكد الدليمي (2016) على أن الالتزام بالأخلاقيات الإعلامية يعزز من مصداقية وسائل الإعلام ويساهم في تشكيل رأي عام مستنير.

**1.2 مفهوم المحتوى الهابط وخصائصه**

يشير المحتوى الهابط إلى المواد الإعلامية التي تفتقر إلى القيمة المعرفية والأخلاقية، وتركز على الإثارة والتسلية على حساب المضمون الجاد. يتميز هذا النوع من المحتوى بعدة خصائص، منها:(عبد الحميد ،2019)

1. المبالغة في العناوين لجذب الانتباه
2. التركيز على الفضائح والإثارة
3. انتهاك الخصوصية
4. نشر معلومات غير موثقة أو مضللة
5. الاستغلال العاطفي للجمهور

يشير Tandoc وزملاؤه (2018) إلى أن انتشار المحتوى الهابط يرتبط بشكل وثيق بتطور وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، حيث أصبح من السهل نشر وتداول المحتوى دون رقابة فعالة. كما يؤكد عبد الحميد (2019) على أن المحتوى الهابط يشكل تهديدًا للقيم المهنية والأخلاقية في الإعلام، ويساهم في تشويه الوعي العام.

**الفصل الثاني: تحديات أخلاقيات الإعلام في العصر الرقمي**

**2.1 تأثير التكنولوجيا على الممارسات الإعلامية**

أدى التطور التكنولوجي إلى تغيير جذري في طبيعة العمل الإعلامي، مما خلق تحديات جديدة لأخلاقيات المهنة. من أبرز هذه التحديات(الشهري ،2020)

1. سرعة نشر المعلومات على حساب التحقق من صحتها
2. صعوبة التمييز بين المحتوى الصحفي والمحتوى المدفوع
3. انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة بسرعة كبيرة
4. تحديات الخصوصية وحماية البيانات الشخصية
5. ظهور الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

يشير Pavlik (2021) إلى أن التكنولوجيا الرقمية قد غيرت بشكل جذري طريقة إنتاج ونشر واستهلاك الأخبار، مما يتطلب إعادة النظر في الأطر الأخلاقية التقليدية للعمل الإعلامي. كما

يؤكد الشهري (2022) على أن استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي يثير إشكاليات أخلاقية جديدة تتعلق بالمصداقية والشفافية.

**2.2 الضغوط الاقتصادية وتأثيرها على جودة المحتوى**

تواجه المؤسسات الإعلامية ضغوطاً اقتصادية متزايدة في ظل المنافسة الشديدة وتراجع عائدات الإعلان التقليدي. هذه الضغوط لها تأثيرات سلبية على جودة المحتوى الإعلامي، منها(القرني،2020)

1. الميل نحو إنتاج محتوى أقل جودة سعياً وراء الانتشار السريع
2. تقليص الموارد المخصصة للتحقيقات الصحفية المعمقة
3. زيادة الاعتماد على المحتوى المدفوع والإعلانات المقنعة
4. التركيز على المواضيع الأكثر إثارة للجدل لجذب المزيد من المشاهدات

يشير McChesney (2015) إلى أن النموذج الاقتصادي الحالي للإعلام يشكل تهديدًا لجودة الصحافة وقدرتها على خدمة المصلحة العامة. وتؤكد دراسة القرني (2020) أن 65% من الصحفيين العرب يرون أن الضغوط المالية تؤثر سلباً على جودة المحتوى الإعلامي.

**الفصل الثالث : أشكال المحتوى الهابط وآثاره على المجتمع**

**3.1 تصنيف أنواع المحتوى الهابط(عواطف عبدالرحمن ،2020)**

يمكن تصنيف المحتوى الهابط إلى عدة فئات رئيسية:

1. الأخبار الكاذبة والمضللة: وهي المعلومات المزيفة أو المشوهة التي تنتشر بسرعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية.
2. محتوى الكراهية والتحريض: وهو المحتوى الذي يستهدف فئات معينة بالتمييز أو العنصرية أو التحريض على العنف.
3. المحتوى الإباحي والعنيف: وهو المحتوى الذي يتضمن مشاهد جنسية صريحة أو عنف مفرط، والذي قد يكون ضارًا خاصة للأطفال والمراهقين.
4. التسويق المقنع والإعلانات المضللة: وهو المحتوى الإعلاني الذي يتم تقديمه على أنه محتوى إخباري أو معلوماتي، مما يضلل المستهلكين.

**3.2 دراسة تأثيراته على الرأي العام والتماسك الاجتماعي**

للمحتوى الهابط تأثيرات سلبية عديدة على المجتمع، منها:

1. تشكيل آراء مضللة حول القضايا العامة: حيث يساهم في نشر معلومات خاطئة تؤثر على فهم الجمهور للقضايا المهمة.
2. زيادة الاستقطاب والصراعات الاجتماعية: من خلال تعزيز الانقسامات وتأجيج المشاعر السلبية بين مختلف فئات المجتمع.
3. التأثير على الصحة النفسية للمستخدمين: خاصة الشباب، حيث يمكن أن يؤدي التعرض المستمر للمحتوى السلبي إلى مشاكل نفسية مثل القلق والاكتئاب.
4. إضعاف الثقة في المؤسسات الإعلامية والمصادر الموثوقة للمعلومات.

يشير Vosoughi وزملاؤه (2018) إلى أن الأخبار الكاذبة تنتشر بسرعة أكبر وتصل إلى جمهور أوسع مقارنة بالأخبار الحقيقية على وسائل التواصل الاجتماعي. كما تؤكد دراسة عبد الرحمن (2020) على التأثيرات السلبية للتعرض المفرط للمحتوى السلبي على الصحة النفسية للشباب العربي.

**الفصل الرابع: الآليات الحالية لمواجهة المحتوى الهابط**

**4.1 التشريعات والقوانين الإعلامية**

تختلف التشريعات الإعلامية بين الدول، لكنها تهدف عموماً إلى تنظيم المحتوى الإعلامي وحماية الجمهور. من أبرز الجهود التشريعية في هذا المجال:(الرشيدي،2020)

1. قانون الخدمات الرقمية (DSA) في الاتحاد الأوروبي: يهدف إلى تنظيم المحتوى عبر الإنترنت وفرض مسؤوليات أكبر على المنصات الرقمية.
2. قوانين مكافحة الأخبار الكاذبة: مثل قانون مكافحة الأخبار الكاذبة في سنغافورة.
3. قوانين حماية البيانات الشخصية: مثل اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) في الاتحاد الأوروبي.
4. قوانين تنظيم الإعلام الرقمي: التي تسعى لتطبيق معايير الإعلام التقليدي على المنصات الرقمية.

تشير المفوضية الأوروبية (European Commission, 2022) إلى أن قانون الخدمات الرقمية يمثل خطوة مهمة نحو إنشاء فضاء رقمي أكثر أمانًا وشفافية. ومع ذلك، يرى الرشيدي (2019) أن التشريعات في العالم العربي لا تزال قاصرة عن مواكبة التطورات التكنولوجية وتحديات الإعلام الرقمي.

**4.2 دور الهيئات الرقابية والتنظيمية**

تلعب الهيئات الرقابية والتنظيمية دورًا مهمًا في مراقبة المحتوى الإعلامي وضمان التزامه بالمعايير المهنية والأخلاقية. من أبرز أدوار هذه الهيئات:

1. وضع معايير وضوابط للمحتوى الإعلامي.
2. مراقبة أداء المؤسسات الإعلامية وتقييم التزامها بالمعايير المهنية.
3. التحقيق في الشكاوى المتعلقة بانتهاكات أخلاقيات الإعلام.
4. فرض عقوبات على المخالفين للقوانين والضوابط الإعلامية.
5. تقديم توصيات لتطوير السياسات الإعلامية.

ومع ذلك، يرى Flew وزملاؤه (2019) أن هذه الهيئات تواجه تحديات كبيرة في التعامل مع المنصات الرقمية العابرة للحدود، مما يستدعي إعادة النظر في آليات التنظيم والرقابة على المستوى الدولي.

**الفصل الخامس: استراتيجيات تعزيز أخلاقيات الإعلام في البيئة الرقمية**

**5.1 التعليم الإعلامي والتوعية بأهمية الأخلاقيات(المطيري،2021)**

يعد التعليم الإعلامي أداة فعالة لتعزيز الوعي بأهمية أخلاقيات الإعلام وتمكين الجمهور من التعامل النقدي مع المحتوى الإعلامي. تشمل استراتيجيات التعليم الإعلامي:

1. دمج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية: لتعليم الطلاب مهارات التفكير النقدي والتحقق من المعلومات.
2. برامج تدريبية للإعلاميين: لتعزيز الوعي بالقضايا الأخلاقية في البيئة الرقمية.
3. حملات توعية عامة: لتثقيف الجمهور حول كيفية التعرف على المحتوى الهابط وتجنبه.
4. ورش عمل وندوات: لمناقشة التحديات الأخلاقية في الإعلام المعاصر.

تقترح Potter (2019) برامج تعليمية شاملة تستهدف الطلاب والإعلاميين والجمهور العام، مؤكدة على أهمية تطوير مهارات التحليل النقدي للمحتوى الإعلامي. وفي السياق العربي، يؤكد المطيري (2021) على ضرورة دمج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية، مشيرًا إلى تجربة الكويت في هذا المجال.

**5.2 تطوير مدونات السلوك المهني للإعلاميين(potter.2019)**

تعد مدونات السلوك المهني أداة مهمة لتوجيه الممارسات الإعلامية وتعزيز الالتزام بالمعايير الأخلاقية. في العصر الرقمي، يجب تحديث هذه المدونات لتشمل:

1. إرشادات للتعامل مع المصادر الرقمية والتحقق من المعلومات عبر الإنترنت.
2. قواعد للتعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية.
3. معايير للشفافية في الإعلان عن المحتوى المدعوم والشراكات التجارية.
4. إرشادات لحماية الخصوصية واستخدام البيانات الشخصية.
5. قواعد للتعامل مع التعليقات والتفاعلات عبر الإنترنت.

يقترح Ward (2019) تطوير مدونات سلوك تتكيف مع تحديات العصر الرقمي، مع التركيز على قيم الشفافية والمساءلة. ويؤكد على ضرورة مراجعة هذه المدونات بشكل دوري لضمان مواكبتها للتطورات التكنولوجية والاجتماعية.

**المحور السادس :الفرص والحلول المبتكرة**

**6.1 استخدام التكنولوجيا لتعزيز جودة المحتوى**

يمكن استغلال التكنولوجيا نفسها لمواجهة التحديات التي خلقتها، ومن أبرز الحلول التكنولوجية (العتيبي،2023)

1. استخدام الذكاء الاصطناعي في التحقق من صحة الأخبار وكشف المحتوى المزيف.
2. تطوير أدوات للتحقق من مصادر الصور والفيديوهات.
3. إنشاء منصات للتحقق التعاوني من المعلومات.
4. استخدام تقنيات البلوكتشين في توثيق مصادر الأخبار وتتبع التغييرات في المحتوى.
5. تطوير خوارزميات لتحديد وتصنيف المحتوى الضار أو المضلل.

يقترح Marconi (2020) استخدام الذكاء الاصطناعي في التحقق من صحة الأخبار وكشف المحتوى المزيف، مشيرًا إلى تجارب ناجحة في هذا المجال. كما تقدم العتيبي (2023) نموذجًا لاستخدام تقنيات البلوكتشين في توثيق مصادر الأخبار، مما يعزز الشفافية والمساءلة في العمل الصحفي.

**6.2 نماذج جديدة للرقابة الذاتية والمسؤولية الاجتماعية للإعلام**

تظهر نماذج جديدة للرقابة الذاتية والمسؤولية الاجتماعية في الإعلام، منها:(الغامدي ،2022)

1. مبادرات الصحافة التعاونية (Collaborative Journalism): حيث تتعاون المؤسسات الإعلامية في التحقق من المعلومات ونشر المحتوى الجاد.
2. منصات التقييم المجتمعي للمحتوى الإعلامي: حيث يشارك الجمهور في تقييم مصداقية ونوعية المحتوى.

3. برامج المراجعة الذاتية للمؤسسات الإعلامية: حيث تقوم المؤسسات بمراجعة دورية لممارساتها وتقديم تقارير شفافة للجمهور.

4. شراكات بين المؤسسات الإعلامية والمنظمات غير الحكومية: للعمل على مشاريع مشتركة تعزز المسؤولية الاجتماعية.

يشير Jenkins و Graves (2022) إلى أهمية مبادرات الصحافة التعاونية في تعزيز المسؤولية المشتركة بين المؤسسات الإعلامية وتحسين جودة المحتوى. وفي العالم العربي، يقترح الغامدي (2022) إنشاء منصات للتقييم المجتمعي للمحتوى الإعلامي، مما يعزز مشاركة الجمهور في عملية المساءلة الإعلامية.

**6.3 اقتراح آليات لتحقيق التوازن بين الحرية والمسؤولية**

لتحقيق التوازن بين حرية التعبير وجودة المحتوى، يمكن اقتراح عدة آليات(الزهراني ،2023)

1. نموذج التنظيم الذاتي المدعوم: حيث تضع المنصات الرقمية معاييرها الخاصة تحت إشراف هيئات مستقلة.

2. إنشاء مجالس إعلامية وطنية: تجمع بين ممثلي الصناعة والمجتمع المدني والأكاديميين لوضع معايير للمحتوى الإعلامي.

3. تطوير أنظمة تصنيف المحتوى: لمساعدة المستخدمين على تحديد نوعية وموثوقية المحتوى.

4. تعزيز الشفافية في عمليات صنع القرار الإعلامي: من خلال نشر تقارير دورية عن الممارسات التحريرية والإعلانية.

5. إنشاء آليات للطعن والاستئناف: تتيح للمستخدمين والناشرين الاعتراض على قرارات إزالة المحتوى أو تقييده.

يقترح Napoli (2019) نموذجًا للتنظيم الذاتي المدعوم، حيث تضع المنصات الرقمية معاييرها الخاصة تحت إشراف هيئات مستقلة. أما الزهراني (2023) فيقترح إنشاء مجالس إعلامية وطنية تجمع بين ممثلي الصناعة والمجتمع المدني والأكاديميين لوضع معايير للمحتوى الإعلامي، مع مراعاة خصوصيات المجتمعات العربية.

**الخاتمة**

في ختام هذا البحث، نود توضيح ما قمنا بتسليط الضوء عليه من معرفة ما يقوم به الإعلام الرقمي من تحديات ومواجهة للإعلام الهابط، ومن خلال ما سبق قد توصلنا إلى النتائج التالية:-

**النتائج**

- يتضح جليًا أن التحديات التي تواجه الممارسات الإعلامية الأخلاقية في العصر الرقمي متعددة ومعقدة. فقد أدى التطور التكنولوجي السريع وظهور منصات التواصل الاجتماعي إلى تغيير جذري في طبيعة إنتاج واستهلاك المحتوى الإعلامي، مما خلق بيئة خصبة لانتشار المحتوى الهابط بأشكاله المختلفة.
- لقد أظهر البحث أن المحتوى الهابط، بما يشمله من أخبار كاذبة ومعلومات مضللة ومحتوى تحريضي، يشكل تهديدًا حقيقيًا لمصداقية الإعلام وثقة الجمهور. كما أن الضغوط الاقتصادية التي تواجهها المؤسسات الإعلامية قد ساهمت في تراجع جودة المحتوى في بعض الحالات، حيث أصبح السعي وراء المشاهدات والنقرات يطغى أحيانًا على الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية.
- ومع ذلك، فإن البحث قد كشف أيضًا عن وجود فرص واعدة لمواجهة هذه التحديات. فالتكنولوجيا نفسها، التي ساهمت في انتشار المحتوى الهابط، يمكن استخدامها كأداة فعالة في تعزيز جودة المحتوى الإعلامي والتحقق من المعلومات. كما أن هناك نماذج جديدة للرقابة الذاتية والمسؤولية الاجتماعية للإعلام تظهر كحلول واعدة لتحقيق التوازن بين حرية التعبير وجودة المحتوى.
- إن تعزيز أخلاقيات الإعلام في مواجهة المحتوى الهابط يتطلب جهودًا متكاملة من جميع أصحاب المصلحة. فالمؤسسات الإعلامية مطالبة بتبني معايير أخلاقية صارمة وتطوير آليات داخلية للتحقق من المعلومات. والجهات التنظيمية والتشريعية مدعوة لتحديث القوانين واللوائح بما يتناسب مع تحديات العصر الرقمي. أما المؤسسات التعليمية والأكاديمية، فعليها دور حيوي في تعزيز التربية الإعلامية وتطوير مهارات التفكير النقدي لدى الجمهور.

وفي النهاية ما سبق يمكننا القول، أن مستقبل الإعلام الأخلاقي في العصر الرقمي يعتمد على قدرتنا على الابتكار والتكيف مع التحديات المتغيرة. فمن خلال الجمع بين الالتزام بالقيم

الأخلاقية الراسخة والاستفادة من التقنيات الحديثة، يمكننا بناء مشهد إعلامي يتسم بالمصداقية والمسؤولية، ويخدم المصلحة العامة في عصر المعلومات.

**التوصيات والمقترحات:**

بناءً على العرض السابق نقدم التوصيات والمقترحات التالية لتعزيز أخلاقيات الإعلام في مواجهة المحتوى الهابط:

1. تطوير منظومة شاملة للتربية الإعلامية تشمل المناهج التعليمية، حملات التوعية العامة، وتدريب الإعلاميين على التحديات الأخلاقية في العصر الرقمي.
2. تحديث الإطار التشريعي والقانوني لتنظيم المحتوى الرقمي، مكافحة الأخبار الكاذبة، وحماية حقوق المستخدمين، مع تعزيز آليات الرقابة الذاتية في المؤسسات الإعلامية.
3. الاستثمار في التكنولوجيا وتطوير أدوات ذكية لتحسين جودة المحتوى، كشف المعلومات المضللة، وتعزيز التحقق التعاوني من المعلومات بين المؤسسات الإعلامية.
4. تعزيز المشاركة المجتمعية في تقييم وإنتاج المحتوى الإعلامي، مع تطوير نماذج اقتصادية مستدامة لدعم الإعلام الجاد والصحافة الاستقصائية.
5. إنشاء هيئات مستقلة للرصد والتقييم على المستوى الوطني والدولي، مع تطوير معايير ومؤشرات لقياس جودة المحتوى الإعلامي والالتزام بالمعايير الأخلاقية.
6. تعزيز الشفافية في العمل الإعلامي من خلال نشر تقارير دورية، توضيح مصادر التمويل، وتطوير آليات سريعة لتصحيح الأخطاء.
7. دعم البحث العلمي وتعزيز التعاون الدولي في مجال أخلاقيات الإعلام الرقمي، مع التركيز على دراسة تأثير المحتوى على المجتمع وتطوير نماذج جديدة للممارسة الإعلامية الأخلاقية.

إن تنفيذ هذه التوصيات والمقترحات يتطلب تضافر جهود جميع أصحاب المصلحة في المشهد الإعلامي، بما في ذلك المؤسسات الإعلامية، والجهات التنظيمية، والأكاديميين، والمجتمع المدني، والتقنيين. ومن خلال العمل المشترك والالتزام المستمر بالقيم الأخلاقية، يمكننا بناء بيئة إعلامية رقمية تتسم بالمصداقية والمسؤولية، وتخدم المصلحة العامة في عصر المعلومات.

**قائمة المراجع**

**أولا : المراجع العربية**

1. الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2016). أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

2. الرشيدي، سعود بن سعد. (2019). التشريعات الإعلامية في العالم العربي: دراسة تحليلية مقارنة. مجلة العلوم الاجتماعية، 47(3)، 125-150.
3. الزهراني، فاطمة علي. (2023). نحو نموذج تكاملي للتنظيم الإعلامي في العالم العربي: دراسة استشرافية. المجلة العربية لعلوم الاتصال، 12(2)، 78-102.
4. الشهري، عبد الله محمد. (2022). الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: التحديات الأخلاقية والمهنية. مجلة الباحث الإعلامي، 14(1)، 33-52.
5. العتيبي، نورة سعد. (2023). توظيف تقنية البلوكتشين في توثيق المحتوى الإعلامي: دراسة تطبيقية على الصحف الإلكترونية السعودية. المجلة العربية للإعلام والاتصال، 29، 211-238.
6. الغامدي، سعيد بن علي. (2022). المنصات الرقمية للتقييم المجتمعي للمحتوى الإعلامي: دراسة تحليلية لتجارب عربية. مجلة الدراسات الإعلامية، 16(3)، 145-170.
7. القرني، علي بن شويل. (2020). تأثير الضغوط الاقتصادية على الأداء المهني للصحفيين في العالم العربي. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، 28، 79-104.
8. المطيري، فهد عبد الله. (2021). دمج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية: دراسة حالة على تجربة دولة الكويت. مجلة العلوم التربوية والنفسية، 5(2)، 187-210.
9. عبد الحميد، محمد. (2019). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ط.5). القاهرة: عالم الكتب.
10. عبد الرحمن، عواطف. (2020). تأثير التعرض للمحتوى السلبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية للشباب العربي. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 19(3)، 255-282.
11. إبراهيم، ليديا صفوت. (2020). أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية المصرية:التحديات والفرص. المجلة العربية لبحوث الإتصال والإعلام. (4)-29.
12. هاشم، منى.(2022). الإتجاهات الحديثة في بحوث الضوابط المهنية والأخلاقية في المواقع الإلكترونية. كلية الإعلام- جامعة بني سويف.
13. جعفر، هيفاء راضي. (2023). اثار مكافحة المحتوى الرقمي الهابط على حرية التعبير عن الرأي. كلة الطب – جامعة النهرين. عدد(خاص).

## ثانيا المراجع الاجنبية :

14. European Commission. (2022). The Digital Services Act: ensuring a safe and accountable online environment. Retrieved from https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_en
15. Flew, T., Martin, F., & Suzor, N. (2019). Internet regulation as media policy: Rethinking the question of digital communication platform governance. Journal of Digital Media & Policy, 10(1), 33-50.

16. Jenkins, J., & Graves, L. (2022). Collaborative journalism: Theory, practice, and future directions. Journalism Practice, 16(4), 674-691.
17. Marconi, F. (2020). Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism. Columbia University Press.
18. McChesney, R. W. (2015). Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times. The New Press.
19. Napoli, P. M. (2019). Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age. Columbia University Press.
20. Pavlik, J. V. (2021). Journalism in the Age of Virtual Reality: How Experiential Media Are Transforming News. Columbia University Press
21. Potter, W. J. (2019). Media Literacy (9th ed.). SAGE Publications.
22. Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "fake news": A typology of scholarly definitions. Digital journalism, 6(2), 137-153.
23. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. Science, 359(6380), 1146-1151.
24. Ward, S. J. A. (2018). Ethical Journalism in a Populist Age: The Democratically Engaged Journalist. Rowman & Littlefield Publishers.
25. Ward, S. J. A. (2019). Disrupting Journalism Ethics: Radical Change on the Frontier of Digital Media. Routledge
26. Murad A. & Khalaf. F. & Mekani. M.(2022). The Media Ethics and Legislation in the Modern Digital Environment March 2023 Information Sciences Letters 12(04):1863-1873 121873-1863:(04).
27. Tiozo. M &Ott. T. (). Digital Media Ethics: Benefits and Challenges in School Education International Journal of Mobile and Blended Learnin 14 8-1:(2).

# Media Ethics in the Face of Degrading Content: Challenges and Opportunities

**Riyam Hayder Asaad**

ryamhydrasd@gmail.com

**Keywords:** Media ethics, Low-quality content, Digital media

**Summary:**

This research addresses the challenges facing media ethics in light of the proliferation of low-quality content in the digital age. It examines the concept and characteristics of substandard content and analyzes the impact of technology and economic pressures on the quality of media content. The study discusses current mechanisms for addressing this challenge, including legislation and regulatory bodies. It proposes strategies to enhance media ethics, such as media education and the development of professional codes of conduct. Finally, the research explores innovative opportunities and solutions, such as using technology to improve content quality and new models of self-regulation, focusing on achieving a balance between freedom of expression and media responsibility.