



أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية: دراسة وصفية لسياسات النشر في المواقع الإخبارية العربية

الباحث : نوماس عذاب خفيف

usrr5962@gmail.com

ملخص البحث:

يهدف هذا البحث إلى دراسة واقع التزام المواقع الإخبارية العربية بأحكام أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية من وجهة نظر القراء في محافظة بابل. استُخدم المنهج الوصفي التحليلي لتحليل بيانات جُمعت من عينة بلغ عدد أفرادها (237) مشاركاً من الصحفيين، والإعلاميين، وأساتذة الجامعات، والطلبة، والمعلمين، وذلك باستخدام أداتين من نوع الاستبيان المغلق. أظهرت النتائج أن مستوى فهم المجتمع لأخلاقيات النشر الرقمي كان مرتفعاً (المتوسط الحسابي 82.26)، في حين أن تصورات أفراد العينة حول مدى التزام المواقع الإخبارية بهذه الأخلاقيات جاءت دون المستوى المرجعي (المتوسط الحسابي 69.17)، مع دلالة إحصائية واضحة ($T = 6.63$) يُفسر هذا التباين بتأثير عوامل مثل سرعة النشر، والتنافس على الانتشار، وضعف السياسات التحريرية داخل المؤسسات الإعلامية. كما كشفت الدراسة غياب موانئ أخلاقية واضحة لدى غالبية المنصات الرقمية، مما ساهم في انتشار الأخبار الزائفة وعدم تحقيق الشفافية والحياد المطلوبين. وقد أوصى البحث بإنشاء مدونات سلوك إلزامية للمؤسسات الإعلامية الرقمية، وتعزيز ثقافة التحقق من المعلومات، وتوعية الجمهور بالمهارات اللازمة للتمييز بين الأخبار الموثوقة وغير الموثوقة. يُعد البحث مساهمة علمية تساهم في ربط النظرية بالممارسة، عبر تقديم مؤشرات يمكن الاعتماد عليها لتطوير ممارسات النشر الأخلاقي في البيئة الرقمية العربية.

الكلمات المفتاحية: الصحافة الرقمية ، أخلاقيات النشر ، المصادقية

Publishing Ethics in Digital Journalism: A Descriptive Study of Publishing Policies on Arab News Websites

Researcher: Noumas Adhab Khafif

usrr5962@gmail.com

Abstract:

This study aims to examine the extent to which Arabic news websites adhere to ethical standards in digital journalism, from the perspective of readers in Babylon Governorate. The descriptive-analytical method was employed to analyze data collected from a sample of 237 participants, including journalists, media professionals, university professors, teachers, and media students, using two closed-ended questionnaire instruments. The results showed that the level of public awareness regarding digital publishing ethics was relatively high (mean = 82.26), while perceptions of news websites' adherence to these ethical standards were below the hypothetical mean (mean = 69.17), with statistically significant differences ($T = 6.63$). This discrepancy is attributed to factors such as the speed of publication, competition for audience engagement, and the lack of clear editorial policies within media institutions. The findings also revealed the absence of explicit ethical codes in most digital platforms, contributing to the spread of



misinformation and a lack of transparency and impartiality. Based on these results, the study recommends establishing binding codes of conduct for digital news outlets, enhancing journalist training in fact-checking techniques, raising public awareness about media literacy, and enacting legal frameworks to criminalize the dissemination of false news. The research contributes to bridging the gap between theory and practice by providing scientific indicators that can support the development of ethical publishing practices in the Arab digital media environment.

Keywords: Digital journalism , Publishing ethics , Credibility

(التعريف بالبحث)

مشكلة البحث :

ضمن حضورها تشكيل العربية الصحافة أعادت العالم، يشهدها التي المتسارعة الرقمية التحولات ظل في هذا رافق وقد. المفتوح الإلكتروني الفضاء إلى الورقي التقليدي الإطار من انتقلت حيث الرقمي، الإعلام بيئة تلك أو كبرى، إعلامية لمؤسسات التابعة تلك سواء الرقمية، الإخبارية المواقع عدد في هائل انفجار التحول برزت الكمي، التوسع هذا ومع. أيديولوجية حتى أو تجارية أو مهنية بدوافع مجموعات أو أفراد أنشأها التي الفضاء هذا في النشر بأخلاقيات الالتزام قضية رأسها وعلى الصحفي، العمل جوهر تمس نوعية إشكاليات المنضبط (موسى و الصبيحي ، 2020، ص554) غير

فبينما تتيح البيئة الرقمية حرية أكبر في الوصول إلى الجمهور، وتجاوز الرقابة الرسمية المباشرة، فإنها في المقابل تضعف من آليات المحاسبة المهنية، ما يفسح المجال أمام ممارسات إعلامية غير منضبطة أخلاقياً. وقد بات واضحاً، من خلال المراقبة اليومية لما يُنشر عبر هذه المنصات، وجود تجاوزات تمس المبادئ الأساسية للعمل الصحفي، مثل التحقق من المعلومات، واحترام الخصوصية، والامتناع عن التحريض أو خطاب الكراهية، فضلاً عن الخلط بين الرأي والخبر، واستخدام العناوين المثيرة على حساب الدقة والمصداقية (حنا و اخرون ، 2024، ص185).

تتجلى المشكلة بصورة أعمق عندما يتبين أن كثيراً من المواقع الإخبارية العربية لا تعتمد موثائق أخلاقية منشورة، ولا تعلن عن سياسات تحريرية واضحة يمكن من خلالها محاسبتها أو تقييم أدائها المهني. هذا الغياب للمرجعيات الأخلاقية المؤسسية يجعل من العمل الصحفي الرقمي عرضة للاجتهاادات الفردية، أو خاضعاً لتوجهات غير مهنية قد تخدم مصالح سياسية أو اقتصادية أو طائفية، دون مراعاة المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ولا للآثار السلبية التي قد تترتب على النشر غير المنضبط (معزوز ، 2024، ص82).

ومن الملاحظ أيضاً أن بعض هذه المواقع توظف أدوات الصحافة الرقمية في اتجاهات تفتقر إلى الحس الأخلاقي، كالاستخدام الانتقائي للمصادر، أو الاعتماد على محتوى من دون نسبته إلى مصدره الأصلي، أو اقتباس مواد من مواقع أخرى دون إذن أو توثيق. كما أن بعض المواد المنشورة تتضمن إهجمات تمييزية، أو تخالف قواعد النشر العادل والمتوازن، ما يعكس ضعف الالتزام بالمعايير المهنية، بل وأحياناً الجهل بها (خيرة ، 2021، ص148).

وتكمن خطورة هذا الوضع في أن الجمهور الذي يتلقى هذه المواد، يتعامل معها غالباً بوصفها مصادر إخبارية موثوقة، لا سيما في ظل التراجع النسبي لمكانة الصحافة الورقية، وصعوبة التمييز بين ما هو مهني وما هو غير مهني على الإنترنت. هذا ما يجعل من أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية قضية محورية لا



تمس فقط كفاءة الصحفيين أو نزاهة المؤسسات، بل تمس أيضاً جودة البيئة الإعلامية التي تشكل وعي الجمهور وتوجه الرأي العام (العتيبي ، 2016).

وتتفاقم هذه الإشكالية في السياقات التي تفتقر إلى التشريعات الضابطة للنشر الرقمي، أو التي تفرض قيوداً سياسية وأمنية على حرية التعبير، في الوقت الذي تغيب فيه نظم واضحة للمساءلة المهنية. الأمر الذي يدفع بعض المؤسسات إلى التحايل على القيم الصحفية باسم حرية الرأي، أو استخدام خطاب الإثارة والمبالغة كوسيلة لجذب المتابعين وزيادة التفاعل، على حساب الأمانة والدقة والحياد (بوراس ، 2022).

إن الحديث عن أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية العربية لا يجب أن يُختزل في مجرد الالتزام الشكلي ببعض المبادئ، بل ينبغي أن ينطلق من إدراك عميق لدور الصحافة في بناء وعي جمعي ناضج، وفي المساهمة في ترسيخ ثقافة الحوار والمسؤولية والتعددية. فالمحتوى الرقمي ليس مجرد منتج إعلامي، بل هو خطاب ثقافي وسياسي واجتماعي له تأثير مباشر في تشكيل مواقف الناس وتوجهاتهم (جلطي ، 2015).

من هذا المنطلق، تبرز الحاجة إلى تفكيك بنية الممارسات التحريرية في هذه المواقع، واستكشاف مدى حضور البعد الأخلاقي في صناعة المحتوى الرقمي، من حيث صياغة الأخبار، واختيار الموضوعات، ومعالجة القضايا العامة، بما يتيح تكوين تصور واقعي عن مستوى الالتزام المهني والأخلاقي في الصحافة العربية الرقمية المعاصرة.

أهمية البحث:

تتبع أهمية هذا البحث من ارتباطه بقضية جوهرية تمس صلب العمل الصحفي في العصر الرقمي، وهي مسألة الالتزام بأخلاقيات المهنة في ظل التحولات التقنية والاتصالية المتسارعة. ففي الوقت الذي أصبحت فيه الصحافة الرقمية الوسيلة الأكثر انتشاراً وتأثيراً في تشكيل الرأي العام العربي، فإن التساؤل حول طبيعة المعايير الأخلاقية التي تحكم أداؤها يُعد ضرورة بحثية ومهنية، خصوصاً مع تصاعد التحديات المرتبطة بالمصادقية، وتزايد مظاهر التضليل، والانحياز، وتوظيف الإعلام لخدمة مصالح ضيقة على حساب المصلحة العامة (ابراهيم ، 2020، ص152).

ويكتسب البحث أهمية مضاعفة من كونه يتناول البيئة العربية تحديداً، وهي بيئة إعلامية تتسم بالتنوع السياسي والثقافي، لكنها في الوقت ذاته تعاني من فجوات تنظيمية ومؤسسية فيما يخص تنظيم الإعلام الرقمي ومراقبة التزامه بالضوابط الأخلاقية. إذ لا تزال العديد من المواقع الإخبارية العربية تعمل خارج الأطر المهنية المعتمدة، أو تفتقر إلى موانئ تحريرية واضحة، ما يؤدي إلى تنامي ظاهرة "الصحافة غير المؤسسية" التي تنشر دون مرجعية واضحة أو رقابة تحريرية مسؤولة (بن دريسو ، 2022).

كما أن أهمية هذا البحث تتجلى في أنه يسلط الضوء على جانب لا يتم التطرق إليه كثيراً في الدراسات الإعلامية، وهو السياسات التحريرية والأخلاقية للمواقع الإخبارية العربية، لا من حيث مضمون الأخبار فقط، بل من حيث المرجعيات الأخلاقية التي تقوم عليها عملية النشر، وما إذا كانت هذه السياسات تتماشى مع المعايير العالمية لحرية التعبير والنشر المسؤول. فالكثير من الدراسات السابقة ركزت على الجوانب التكنولوجية أو الاقتصادية للصحافة الرقمية، فيما ظل البعد الأخلاقي في كثير من الأحيان ثانوياً أو هامشياً (جلطي ، 2015).

ويمثل هذا البحث مساهمة علمية تسعى إلى الربط بين النظرية والممارسة، عبر دراسة تطبيقية معمقة لما تنشره المواقع الإخبارية الرقمية العربية من سياسات تحريرية معلنة، وتحليل مدى انسجامها مع القيم الأخلاقية الأساسية للمهنة، كالصدق، والاستقلالية، واحترام الإنسان وحقوقه. وهو بذلك يقدم رؤية نقدية قد



تُساهم في تطوير الممارسات التحريرية، وتدعم جهود بناء صحافة رقمية عربية أكثر مهنية ومسؤولية (العتيبي، 2016).

وعلاوة على ما سبق، فإن البحث يفتح آفاقاً مهمة للباحثين والمتخصصين وصانعي القرار الإعلامي لفهم واقع الالتزام الأخلاقي في الصحافة الرقمية، وتحديد مواضع الخلل ومصادره، سواء كانت ناتجة عن غياب التشريعات، أو ضعف التكوين المهني، أو غلبة الأجندات السياسية والاقتصادية على الاعتبارات الأخلاقية. كما يمكن أن يُساهم في إثارة نقاش أكاديمي ومهني واسع حول الحاجة إلى إنشاء مدونات سلوك ملزمة للمؤسسات الإعلامية الرقمية، وإعادة النظر في معايير المحاسبة والمساءلة التحريرية في البيئة الرقمية العربية (بوراس، 2022).

من هذا المنطلق، لا تتوقف أهمية البحث عند بعده الأكاديمي فحسب، بل تمتد إلى البعد العملي التطبيقي، إذ من شأن نتائجه أن تدعم مساعي الإصلاح الإعلامي، وتعزيز من ثقافة الالتزام المهني داخل غرف التحرير الرقمية، بما يساهم في ترسيخ بيئة إعلامية عربية تتسم بالمصداقية، والتعددية، والاحترام المتبادل، وهي مقومات ضرورية لأي نظام إعلامي يسعى إلى خدمة مجتمعه ودعم تطوره الديمقراطي والثقافي.

أهداف البحث:

1. تقويم وعي الباحثين بأهمية وجود سياسات تحريرية واضحة تحكم النشر الرقمي في الصحافة العربية.
2. الكشف عن تصورات القراء في محافظة بابل حول مدى التزام المواقع الإخبارية العربية بأخلاقيات النشر الرقمي.
3. تقديم مؤشرات علمية يمكن أن تساهم في تطوير ممارسات النشر الأخلاقي لدى المؤسسات الإخبارية الرقمية.

حدود البحث:

يقتصر هذا البحث على دراسة أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية من خلال استبيانات توزّع على عينة من الصحفيين، والإعلاميين، وأساتذة الجامعات، والمعلمين، وطلبة الإعلام، ضمن محافظة بابل في العراق. وتشمل الحدود الزمانية الفصل الدراسي الثاني من العام الأكاديمي (2024-2025)، أما الحدود الموضوعية فتتمثل في تحليل تصورات واتجاهات أفراد العينة نحو مدى التزام المواقع الإخبارية العربية بالمعايير الأخلاقية في النشر الرقمي.

مصطلحات البحث

1. أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية

● تشير أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية إلى مجموعة المبادئ والقواعد المهنية التي تحكم سلوك الصحفيين والمؤسسات الإعلامية في البيئة الرقمية، بهدف ضمان النزاهة، والصدق، واحترام الخصوصية، وتجنب التضليل أو التحريض (العتيبي، 2016).

● تُعنى أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية بتطبيق المعايير الأخلاقية التقليدية للصحافة ضمن السياقات الرقمية، مع مراعاة التحديات الجديدة مثل سرعة النشر، والتفاعل الفوري، وانتشار المعلومات المضللة. (ابراهيم، 2020، ص156)



2. الصحافة الرقمية

● الصحافة الرقمية هي شكل معاصر من الصحافة يتم فيه إنتاج وتوزيع المحتوى التحريري عبر الإنترنت، باستخدام النصوص، والصوت، والفيديو، والأشكال التفاعلية، بدلاً من الوسائل التقليدية (معزوز ، 2024 ، ص85).

● تُعرف الصحافة الرقمية بأنها ممارسة إنتاج الأخبار وتحريرها ونشرها عبر الوسائط الرقمية، مع التركيز على التفاعلية، والوسائط المتعددة، وسرعة التحديث، لتلبية احتياجات الجمهور المتغيرة (خيرة ، 2021 ، ص154).

3. سياسات النشر

● سياسات النشر هي مجموعة من القواعد والإرشادات التي تضعها المؤسسات الإعلامية لتنظيم عملية إنتاج وتحرير ونشر المحتوى، بما يضمن الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية (حنا و اخرون ، 2024 ، ص188).

● تشير سياسات النشر إلى الأطر التنظيمية التي تحدد كيفية التعامل مع المحتوى الإعلامي، من حيث الدقة، والموضوعية، واحترام الخصوصية، وتجنب التحيز، لضمان مصداقية المؤسسة الإعلامية (بوراس ، 2022) (الاطار النظري).

الصحافة الرقمية: المفهوم والنشأة والخصائص

شهدت الصحافة تحولات جوهرية في بنائها ووظيفتها مع نهاية القرن العشرين، متأثرة بتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وظهور شبكة الإنترنت، مما مهّد الطريق أمام نشأة ما يُعرف اليوم بـ"الصحافة الرقمية" أو "الإعلام الرقمي". لقد أدى هذا التحول إلى إعادة صياغة العلاقة بين الصحفي والمعلومة، وبين المؤسسة الإعلامية وجمهورها، بحيث أصبحت الممارسات الصحفية أكثر تفاعلية، وأقل تقييداً بالحواجز المكانية والزمنية، وهو ما فرض تحديات مهنية وأخلاقية جديدة على الصحافة بمفهومها التقليدي (العنبي ، 2016).

تُعرف الصحافة الرقمية بأنها نوع من الممارسة الإعلامية التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية وشبكة الإنترنت في إنتاج الأخبار ونشرها وتوزيعها، باستخدام النصوص والصور والفيديو والرسومات التفاعلية، بدلاً من القوالب الورقية التقليدية. ويؤكد (Pavlik 2001) أن الصحافة الرقمية تمثل تحولاً نوعياً في الطريقة التي يُنتج بها المحتوى الإعلامي، إذ تتيح بيئة ديناميكية تدمج بين الصحافة التقليدية والتكنولوجيا الحديثة، وتُعزز من قدرات الصحفي على التفاعل المباشر والفوري مع الجمهور (بوراس ، 2022).

بدأت إرهابات الصحافة الرقمية في تسعينيات القرن الماضي، عندما بدأت بعض الصحف الورقية بإطلاق نسخ إلكترونية من منشوراتها، غالباً كانت مطابقة للنسخة الورقية، إلى أن ظهرت مؤسسات إعلامية رقمية صرفة، لا تمتلك وجوداً مطبوعاً، بل تستند كلياً إلى بيئة الإنترنت. وقد تطورت هذه المؤسسات تدريجياً لتصبح منافساً قوياً للصحافة الورقية، مستفيدة من إمكانيات النشر الفوري، والوصول الواسع، والتكلفة المنخفضة (جلطي ، 2015).

من أبرز خصائص الصحافة الرقمية ما يلي:

1. **التفاعلية:** إذ توفر بيئة رقمية تسمح للجمهور بالتفاعل المباشر مع المحتوى عبر التعليقات، والمشاركة، والتقييم، ما يجعل من المتلقي عنصراً فاعلاً في العملية الإعلامية.



2. **الوسائط المتعددة:** تدمج الصحافة الرقمية بين النصوص، والصور، والفيديو، والخرائط التفاعلية، مما يسهم في إيصال الرسالة الإعلامية بشكل أكثر حيوية وشمولاً.
 3. **التحديث اللحظي:** تتيح الصحافة الرقمية إمكانية تحديث الأخبار وتعديلها في الزمن الحقيقي، ما يمنحها مرونة عالية في التعامل مع الوقائع المتغيرة.
 4. **انخفاض تكلفة النشر:** مقارنة بالصحافة الورقية، فإن النشر الرقمي أقل تكلفة من حيث الإنتاج والتوزيع، وهو ما سهّل ظهور آلاف المنصات الإعلامية المستقلة.
 5. **الاتساع الجغرافي:** تتجاوز الصحافة الرقمية الحدود الجغرافية، فبمجرد النشر يصبح المحتوى متاحاً عالمياً دون حواجز، وهو ما منح الإعلام بُعداً كونياً جديداً.
 6. **المشاركة المجتمعية:** حيث أسهمت الصحافة الرقمية في ظهور مفهوم "المواطن الصحفي"، الذي يمكنه نقل الأحداث والمعلومات من موقع الحدث مباشرة، مما أضاف بُعداً شعبياً للصحافة (بن دريسو ، 2022).
- إلا أن هذه الخصائص – على الرغم من مزاياها – أفرزت تحديات مهنية وأخلاقية عديدة، كتسارع النشر على حساب التحقق، وانتشار الأخبار الكاذبة، وتضاؤل الرقابة التحريرية، مما استدعى تجديد النظر في أخلاقيات المهنة لتواكب هذا التحول الرقمي.

أخلاقيات العمل الصحفي: المبادئ والإشكاليات

تُعد أخلاقيات العمل الصحفي حجر الزاوية في ممارسة مهنية مسؤولة، تحفظ للصحافة دورها بوصفها سلطة رقابية رابعة، وتسهم في بناء مجتمع معرفي قائم على الثقة والمساءلة. فالمهنة الصحفية، على خلاف بعض المهن الأخرى، لا تقتصر مهمتها على تزويد الجمهور بالمعلومات فحسب، بل تتضمن واجباً أخلاقياً يقوم على التمييز بين الحقيقة والتضليل، وبين النقد المسؤول والتحريض، وبين حرية التعبير والإساءة إلى الآخرين (خيرة ، 2021، ص155).

يرتكز العمل الصحفي على جملة من المبادئ الأخلاقية التي نطّمتها مواثيق الشرف الإعلامي العالمية والعربية، ومن أبرزها: الصدق والدقة في نقل المعلومات، الاستقلالية والحياد، احترام الخصوصية، تجنب الأذى، عدم التمييز، والمسؤولية الاجتماعية. وقد أشار ميثاق الشرف الصحفي الصادر عن الاتحاد الدولي للصحفيين إلى أن "واجب الصحفي الأول هو قول الحقيقة، واحترام حق الجمهور في الحصول على معلومات دقيقة وصحيحة (معزوز ، 2024، ص89)".

وتُعد الدقة من أسمى القيم الصحفية، إذ إن الخطأ في المعلومات قد يؤدي إلى نتائج كارثية على الأفراد والمجتمعات، لا سيما في ظل سرعة الانتشار الرقمي. كما أن الحياد والاستقلالية يتطلبان أن يتحرر الصحفي من الضغوط السياسية والاقتصادية التي قد تؤثر في مضمون المادة الإعلامية، وهو أمر بات أكثر تعقيداً في عصر الاحتواء الرقمي والتمويل الموجه (جلطي ، 2015).

ومن بين أبرز الإشكاليات الأخلاقية التي تواجه الصحافة في مختلف السياقات، مسألة التحقيق في مصادر المعلومات والتحقق من صدقيتها قبل النشر، إضافة إلى تحديات تتعلق بحقوق النشر، وسرية المصادر، والتوازن بين المصلحة العامة والحق في الخصوصية، لا سيما حينما يتعلق الأمر بقضايا شخصية أو أمنية (العتيبي ، 2016).



في السياق العربي، تتفاوت مستويات الالتزام بهذه المعايير الأخلاقية، تبعاً لعدة عوامل، منها البنية التنظيمية للمؤسسات الإعلامية، ومدى وجود سياسات تحريرية واضحة، فضلاً عن البيئة السياسية والقانونية التي قد تقيد أو توسع من هامش حرية الصحافة. وقد شهدت السنوات الأخيرة تصاعداً في الانتهاكات الأخلاقية المرتبطة بالمحتوى الرقمي، مثل نشر الشائعات دون تحقق، أو التشهير، أو اجتزاء التصريحات، وهي ممارسات تُفقد الإعلام مصداقيته، وتُعمّق فجوة الثقة بينه وبين الجمهور (بن دريسو، 2022).

تأسيساً على ما تقدم، فإن أخلاقيات الصحافة ليست مجرد معايير شكلية، بل تمثل قاعدة جوهريّة تضمن استمرارية المهنة بمصداقية ومهنية، خصوصاً في ظل انفجار المعلومات الرقمية، وتزايد المنافسة بين المنصات، والضغط الاقتصادي التي قد تدفع ببعض وسائل الإعلام إلى التفريط في المبادئ الأخلاقية لصالح الإثارة أو الانتشار (بن دريسو، 2022).

أخلاقيات النشر في البيئة الرقمية

شهدت البيئة الإعلامية تحولاً جذرياً في العقدين الأخيرين، وذلك بفضل التقدم التكنولوجي وتوسع استخدام الإنترنت، مما أفرز نوعاً جديداً من الصحافة يسمى "الصحافة الرقمية". وقد صاحبت هذه التحولات تحديات أخلاقية مهنية جديدة، تمثلت في كيفية الحفاظ على المعايير الصحفية التقليدية ضمن فضاء رقمي سريع وديناميكي. تُعد أخلاقيات النشر الرقمي مجموعة من المبادئ التي توجه الصحفيين والمؤسسات الإعلامية في تعاملهم مع الأخبار والمحتوى الذي يُنشر عبر الإنترنت. وعلى الرغم من أن الأسس الأخلاقية للعمل الصحفي، مثل الصدق، والدقة، والاستقلالية، والحياد، تظل ثابتة، إلا أن البيئة الرقمية قد فرضت إشكاليات جديدة لا يمكن تجاهلها، مثل سرعة انتشار الأخبار، وصعوبة التحقق من المعلومات، وانتشار الأخبار الكاذبة (خيرة، 2021، ص161).

من أبرز الخصائص التي تميز أخلاقيات النشر الرقمي هي السرعة في نشر المحتوى، حيث يُمكن للصحفيين والمؤسسات الإعلامية نشر الأخبار بشكل فوري، ولكن هذه السرعة قد تؤدي إلى تضارب المعلومات أو نشر أخبار غير دقيقة. وقد أشار Fowler (2018) إلى أن "السرعة في النشر لا ينبغي أن تعني الاستعجال في نشر الحقيقة"، مؤكداً على أهمية التحقق الدقيق قبل نشر أي محتوى.

إضافة إلى ذلك، تُمثل الأخبار الكاذبة أو ما يُعرف بـ "الأخبار المزيفة" واحدة من أبرز التحديات التي تواجه الصحافة الرقمية، حيث يسهل إنشاء وتوزيع معلومات مضللة على الإنترنت عبر وسائل التواصل الاجتماعي. هذا يثير التساؤل حول المسؤولية الأخلاقية للمؤسسات الإعلامية في تأكيد صحة المعلومات وتجنب نشر الأخبار المغلوطة، خصوصاً في ظل الانتشار الواسع للمحتوى الذي لا يخضع لرقابة تحريرية دقيقة. فقد أظهرت دراسة Pennycook and Rand (2018) أن الأخبار الكاذبة تنتشر بسرعة أكبر من الأخبار الحقيقية، مما يعكس الحاجة إلى استراتيجية أكثر فاعلية للتحقق من المصادر.

تُضاف إلى هذه الإشكاليات المسؤولية تجاه الخصوصية، خاصة في ظل التفاعل الرقمي المستمر الذي قد يؤدي إلى انتهاك حقوق الأفراد في الخصوصية. على سبيل المثال، تسلط العديد من الصحف الرقمية الضوء على الحوادث الشخصية دون مراعاة لحقوق الأفراد المعنيين، مما يؤدي إلى تشويه سمعة الأشخاص أو انتهاك حقوقهم في الحياة الخاصة. ويُعتبر احترام الخصوصية من المبادئ الأساسية لأخلاقيات الصحافة الرقمية، خصوصاً عندما يتعلق الأمر بنشر مواد حساسة قد تضر بالأفراد (العتيبي، 2016).

كما أن التحقق من المصادر أصبح أمراً أكثر تعقيداً في العصر الرقمي، حيث يمكن لأي شخص نشر محتوى عبر الإنترنت دون الحاجة إلى المرور عبر آليات تحري دقة صارمة. هذا يطرح تحدياً كبيراً أمام الصحفيين والمؤسسات الإعلامية في كيفية التعامل مع المعلومات المتاحة بشكل فوري عبر الشبكة العنكبوتية. وبالتالي،



يتطلب الأمر وجود سياسات تحريرية صارمة وآليات تحكم عملية نشر الأخبار، لضمان أن ما يُنشر هو مواد صحيحة وموثوقة (جلطي ، 2015).

وأخيراً، تمثل المسؤولية الاجتماعية أحد الأبعاد المهمة لأخلاقيات النشر الرقمي. فالصحافة الرقمية لا تقتصر على نقل الأخبار فقط، بل تتعدى ذلك إلى التأثير في تشكيل الرأي العام. ويجب على الصحفيين والمؤسسات الإعلامية أن تضع في اعتبارها دورها في المساهمة في بناء مجتمع معلوماتي صحيح وآمن، من خلال احترام القيم الإنسانية وعدم نشر المحتوى الذي قد يساهم في تأجيج الكراهية أو العنف (جلطي ، 2015).

إن أخلاقيات النشر الرقمي، إذاً، تمثل تحدياً مستمراً في عصر الإنترنت، حيث تتطلب من الصحفيين والمؤسسات الإعلامية توخي الحذر في نشر الأخبار، والتأكد من صحتها، واحترام حقوق الأفراد والمجتمعات. ولذلك، تبرز أهمية تعزيز ثقافة المساءلة المهنية، وإيجاد آليات رقابة فعالة على المحتوى الرقمي لضمان التزام الصحافة بالقيم الأخلاقية، والحفاظ على مصداقيتها في مواجهة تحديات البيئة الرقمية (بن دريسو ، 2022).

سياسات النشر والتحرير في الصحافة الرقمية

تُعد سياسات النشر والتحرير حجر الزاوية في الحفاظ على جودة العمل الصحفي في الصحافة الرقمية، حيث تهدف إلى تنظيم عملية اتخاذ القرارات التحريرية وتنظيم الممارسات اليومية للمؤسسات الإعلامية على الإنترنت. وتنطوي هذه السياسات على مبادئ تنظيمية تضمن نشر محتوى دقيق، موثوق، وأخلاقي، وفي الوقت ذاته تعكس هوية ورسالة المؤسسة الإعلامية. وقد أصبح وجود سياسات تحريرية واضحة وفعالة أكثر أهمية في الصحافة الرقمية مقارنة بالصحافة التقليدية، بسبب الضغوط المرتبطة بالسرعة ووفرة المعلومات المتاحة على الإنترنت (جلطي ، 2015).

تتمثل سياسات النشر في الإرشادات والمعايير التي تحكم كيفية اختيار الأخبار والمحتوى الذي يتم نشره عبر المنصات الإعلامية الرقمية، مثل المواقع الإخبارية الإلكترونية، والتطبيقات الإخبارية، وحسابات وسائل التواصل الاجتماعي. وتعتبر المصداقية والتحقق من المعلومات من أبرز الركائز التي تعتمد عليها هذه السياسات. ففي ظل البيئة الرقمية المعتمدة على التفاعل الفوري وانتشار الأخبار بسرعة، فإن غياب سياسة صارمة للتحقق من المحتوى قد يؤدي إلى نشر الأخبار الكاذبة والشائعات التي تضر بالمصداقية العامة للمؤسسة الإعلامية (العتيبي ، 2016).

تتضمن سياسات النشر تحديد المعايير التحريرية التي تحكم كيفية التعامل مع الأخبار، بدءاً من عملية جمع المعلومات والتحقق منها، وصولاً إلى اختيار اللغة والأسلوب الذي يتم به نقل الخبر. تتبع معظم المؤسسات الإعلامية الرقمية إجراءات للتحقق من المصادر، حيث تُعتبر المصادر الموثوقة معياراً أساسياً في سياسة التحرير، لضمان أن المعلومات التي يتم نشرها تأتي من مصادر معترف بها، مما يعزز مصداقية الخبر ويقلل من خطر التضليل. وقد أشار Tandoc et al. (2018) إلى أهمية هذه الإجراءات في منع الأخبار الكاذبة من الانتشار على منصات الإنترنت.

من أبرز التحديات التي تواجه سياسات النشر الرقمية هي الضغط الزمني، الذي يتطلب من الصحفيين نشر الأخبار بسرعة فائقة. هذا الضغط قد يؤدي أحياناً إلى التقليل من دقة المعلومات، أو حتى التسرع في نشر أخبار لم يتم التحقق منها بالكامل. في هذا السياق، يُعد التوازن بين السرعة والدقة من القضايا المركزية التي ينبغي أن تأخذها المؤسسات الإعلامية في اعتبارها عند وضع سياسات التحرير والنشر. ويؤكد العديد من الباحثين على ضرورة أن تتضمن السياسات التحريرية إشرافاً فعالاً لضمان أن المعلومات التي يتم نشرها تتوافق مع المعايير الأخلاقية للمهنة (معزوز ، 2024، ص101).



إضافة إلى ذلك، تُمثل الشفافية أحد العناصر الأساسية في سياسات النشر الرقمية، حيث يُتوقع من المؤسسات الإعلامية أن تكون واضحة حيال كيفية اختيار الأخبار وطرق التحقق منها. تُسهم الشفافية في بناء الثقة مع الجمهور، مما يُعد ضروريًا في عصر المعلومات الذي يتسم بالانفتاح والمنافسة الشديدة. لذا، تنبثق ضرورة أن توفر المؤسسات الإعلامية في بيئتها الرقمية آلية تتيح للجمهور الوصول إلى معلومات حول كيفية جمع الخبر والتحقق من مصداقيته (العتيبي ، 2016).

من جهة أخرى، تُعتبر السياسات التحريرية في الصحافة الرقمية أكثر مرونة مقارنة بنظيرتها في الصحافة التقليدية، حيث تُتيح التقنيات الرقمية للمؤسسات الإعلامية فرصة تفاعل أسرع مع الجمهور وتحديث الأخبار بشكل لحظي. هذه المرونة تتطلب تنظيمًا دقيقًا يضمن الالتزام بمعايير مهنية صارمة رغم التفاعلية العالية والسرعة المتزايدة في النشر (بوراس ، 2022).

فيما يخص حقوق النشر، يتعين على المؤسسات الإعلامية أن تتبع سياسة واضحة لحماية الحقوق الفكرية، وذلك عبر تحديد كيفية استخدام المحتوى المنشور من قبل الأطراف الأخرى، سواء كانت نصوصًا أو صورًا أو مقاطع فيديو. هذه السياسات تساهم في حماية الملكية الفكرية للصحفيين والمؤسسات الإعلامية، وتقلل من خطر التعدي على حقوق الملكية عبر إعادة نشر المحتويات دون إذن أو دون ذكر المصدر.

أخيرًا، تتعامل بعض المؤسسات الإعلامية مع المحتوى الممول أو الإعلانات ضمن سياسات النشر، حيث تحدد ما إذا كان سيتم نشر مواد مدفوعة أو ترويجية في إطار الأخبار العادية. وتُعتبر الشفافية حول الإعلان الممول من العوامل المهمة في الحفاظ على مصداقية الصحيفة أو الموقع الإلكتروني. يجب أن يكون واضحًا للجمهور متى كان المحتوى مدفوعًا أو دعائيًا، لتجنب خلط الأخبار بالمواد الإعلانية (العتيبي ، 2016).

إذن، يمكن القول إن سياسات النشر والتحرير في الصحافة الرقمية تمثل أداة رئيسية لضمان التزام المؤسسات الإعلامية بالمهنية والشفافية، وتعزيز من قدرتها على تقديم محتوى موثوق يعكس معايير أخلاقية صارمة. في الوقت ذاته، يجب على هذه السياسات أن تتكيف مع تحديات البيئة الرقمية، التي تتسم بالسرعة والتفاعلية، مع الحفاظ على الحياد والدقة في نشر الأخبار (بن دريسو ، 2022).

نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام

تعتبر نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام إحدى النظريات الأساسية التي توجه الصحافة والإعلام بشكل عام، وتعمل على توجيه سلوك المؤسسات الإعلامية نحو أداء واجبها في خدمة المجتمع. تركز هذه النظرية على فكرة أن وسائل الإعلام لا تقتصر على تقديم المعلومات والأخبار فحسب، بل يجب أن تتحمل مسؤوليات اجتماعية تجاه جمهورها ومجتمعها بشكل أوسع، بما يضمن نشر المحتوى الذي يساهم في تعزيز القيم الإنسانية والاجتماعية (بوراس ، 2022).

ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في سياق نقد نظرية الحرية المطلقة التي سادت في الإعلام الغربي في القرنين التاسع عشر والعشرين. إذ اعتُبرت الحرية الصحفية في نظرية الحرية المطلقة حقًا غير مشروط، مما جعل الإعلام يقع في إشكاليات تتعلق بالتحيز، والتضليل، وتجاوز الحدود الأخلاقية. ولذا، دعا مفكرون مثل Siebert et al. (1956) إلى تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية كإطار ينظم عمل الصحافة والإعلام في خدمة المصلحة العامة، مما يتيح للإعلام تحقيق توازن بين حرية التعبير والالتزام بالقيم الأخلاقية والمهنية.

تشير هذه النظرية إلى أن الإعلام يجب أن يكون مستقلًا وغير متحيز في تقديم الأخبار، بالإضافة إلى تقديم معلومات دقيقة ومفيدة للجمهور. وعليه، فإن المؤسسات الإعلامية تتحمل مسؤولية نشر الأخبار التي تساهم في تقدم المجتمع، وتؤدي دورًا في تعزيز ثقافة الحوار، وحل النزاعات، وتعليم الجمهور القيم الإنسانية. وهذا



يتطلب من الصحفيين والمحررين أن يضعوا في اعتباراتهم التأثير الذي يمكن أن يترتب على المواد الإعلامية من تأثيرات سلبية على الأفراد أو المجتمعات، مثل نشر الكراهية، التمييز، أو العنف (معزوز ، 2024، ص99).

لقد وضعت منظمة اليونسكو في ميثاقها الدولي حرية الإعلام العديد من المبادئ التي تُعزز المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، مؤكداً على ضرورة التزام الإعلام بمعايير أخلاقية تهدف إلى مصلحة الجمهور، واحترام القيم الإنسانية والحقوق الأساسية مثل الحق في الخصوصية، وحق الأفراد في الحصول على معلومات صحيحة. وتتص هذه المبادئ على أن الإعلام يجب أن يكون حارساً للحقيقة، ويُعنى بمسائل العدالة الاجتماعية وحقوق الإنسان، مع ضمان أن يُخدم الإعلام خدمة المجتمع ككل وليس لمصلحة فئة أو جهة معينة (ابراهيم ، 2020، ص172).

من بين المبادئ الرئيسية التي تروج لها نظرية المسؤولية الاجتماعية: التعددية الإعلامية، أي ضرورة وجود تنوع في مصادر الأخبار ووجهات النظر، وهو أمر يُعتبر مهماً في البيئة الرقمية المعاصرة، حيث يمكن أن تسهم المنصات الرقمية في تهميش بعض الأصوات أو تعظيم أخرى. وتدعو هذه النظرية أيضاً إلى ضرورة الموازنة بين حرية الصحافة وحماية حقوق الأفراد، على اعتبار أن الحق في نشر المعلومات يجب ألا يتجاوز الحق في احترام الخصوصية أو التسبب في الأذى للآخرين (العتيبي ، 2016).

في السياق الرقمي، تتخذ نظرية المسؤولية الاجتماعية أبعاداً جديدة نظراً للتحديات التي تطرأ بسبب التحولات في صناعة الإعلام، مثل سرعة النشر، والانفتاح التام على المعلومات، وانتشار الأخبار الكاذبة. لذلك، فإن الإعلام الرقمي يقع على عاتقه مسؤولية خاصة تتجلى في ضمان مصداقية المعلومات وحماية الجمهور من التأثيرات السلبية للأخبار المغلوطة. كما أن هذه المسؤولية تتطلب من المؤسسات الإعلامية تبني آليات التحقق من المصادر، وتوفير محتوى يعتمد على حقائق واضحة ويؤدي دوراً توعوياً، يعزز من ثقافة التفكير النقدي لدى الجمهور (بوراس ، 2022).

وفي السياق العربي، تواجه نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام تحديات خاصة، حيث يتعين على المؤسسات الإعلامية أن تحترم التنوع الثقافي والسياسي في المجتمعات العربية، وأن تتجنب الانزلاق نحو تأجيج الأزمات أو التفرقة بين الأفراد. فالإعلام العربي بحاجة إلى استراتيجيات توجيه تركز على المسؤولية الاجتماعية، بحيث يساهم في بناء الوعي المجتمعي، وتعزيز قيم التعاون والاحترام المتبادل بين أفراد المجتمع، كما يمكن أن يلعب دوراً محورياً في تعزيز الديمقراطية، والحد من التطرف الفكري (العتيبي ، 2016).

علاوة على ذلك، يتعين على وسائل الإعلام في العالم العربي أن تواكب التغيرات الجذرية التي حدثت في بيئة الإعلام الرقمي، من خلال تعزيز الشفافية في نشر المحتوى، وضمان العدالة الإعلامية في تغطية مختلف القضايا السياسية والاجتماعية. ومن خلال تفعيل نظرية المسؤولية الاجتماعية، يُمكن للمؤسسات الإعلامية أن تساهم في تقليل التوترات الاجتماعية، وتساهم في بناء مناخ إعلامي يعزز من استقرار المجتمع (بوراس ، 2022).

الصحافة الرقمية في العالم العربي: التحديات والفرص

تعد الصحافة الرقمية في العالم العربي إحدى أبرز التطورات التي شهدتها صناعة الإعلام في العقدين الأخيرين، حيث أصبحت المنصات الرقمية تمثل جزءاً أساسياً من الحياة الإعلامية اليومية للجمهور. وقد تزايدت في الآونة الأخيرة أهمية الصحافة الرقمية بفضل التطور السريع للتكنولوجيا، وانتشار الإنترنت، ونمو وسائل التواصل الاجتماعي، ما ساهم في تغيير أنماط الاستهلاك الإعلامي، بالإضافة إلى تأثيراتها العميقة على العملية الصحفية التقليدية (ابراهيم ، 2020، ص177).



التحديات التي تواجه الصحافة الرقمية في العالم العربي

في إطار هذا التحول الكبير، تواجه الصحافة الرقمية في العالم العربي عدة تحديات، تتراوح بين المشكلات التقنية، والضغوط السياسية والاقتصادية، وصولاً إلى التحديات الأخلاقية المرتبطة بممارسات النشر الرقمي.

1. **التحديات التقنية:** تشكل البنية التحتية التقنية ضعفاً نسبياً في العديد من الدول العربية، حيث لا تزال بعض المناطق تعاني من مشاكل في سرعة الإنترنت، مما يحد من قدرة الجمهور على الوصول إلى المحتوى الرقمي بسهولة. كما أن القلة في تدريب الصحفيين على التقنيات الرقمية الحديثة تُعد من أبرز العراقيل التي تؤثر على جودة العمل الصحفي، حيث يتطلب العمل في الصحافة الرقمية مهارات خاصة في التعامل مع أدوات وتقنيات الإنترنت، مثل الصحافة التفاعلية، والمحتوى المتعدد الوسائط (صوت وصورة) (بن دريسو ، 2022).

2. **الضغوط السياسية والرقابية:** تعد الرقابة من أبرز التحديات التي تؤثر في الصحافة الرقمية في العالم العربي، حيث تتفاوت درجات حرية الصحافة بين الدول العربية، وتواجه العديد من الصحف الرقمية، خصوصاً تلك التي تتناول قضايا السياسة أو حقوق الإنسان، ضغوطاً من السلطات الحكومية. يمكن أن تتراوح هذه الضغوط من القيود القانونية إلى التهديدات المباشرة للمحررين والصحفيين، مما يحد من قدرة هذه المؤسسات على نشر الأخبار بحرية. وقد أظهرت العديد من التقارير الدولية، مثل تقارير منظمة مراسلون بلا حدود، كيف أن الصحافة الرقمية في بعض البلدان العربية تواجه قمعاً من قبل الحكومات، مما يعوق حرية التعبير في الفضاء الرقمي (بوراس ، 2022).

3. **الأخبار الكاذبة والتضليل:** شكل انتشار الأخبار الكاذبة أو المضللة إحدى التحديات الكبرى التي تواجه الصحافة الرقمية في العالم العربي. ورغم أن منصات الإنترنت قد وفرت سهولة في نشر المعلومات، فإنها أيضاً أسهمت في نشر الشائعات والأخبار غير الدقيقة، مما يهدد مصداقية وسائل الإعلام الرقمية. وقد تتسبب هذه الأخبار في إحداث فوضى في الرأي العام، ما يفرض على الصحافة الرقمية عبئاً كبيراً في التأكد من صحة المعلومات قبل نشرها. وقد أظهرت دراسة (Ferguson 2020) أن الأخبار الزائفة تنتشر بسرعة أكبر من الأخبار الصحيحة على منصات التواصل الاجتماعي، وهو ما يعزز من تحديات التحقق في الصحافة الرقمية (جلطي ، 2015).

4. **التحديات الاقتصادية:** يبعد التمويل من أكبر التحديات التي تواجه الصحافة الرقمية في العالم العربي، حيث يعاني الكثير من المواقع الإخبارية الرقمية من صعوبة في تحقيق الإيرادات المستدامة، خاصة في ظل تراجع الاشتراكات والمعلنين التقليديين. يُضاف إلى ذلك الاعتماد على الإعلانات الرقمية، التي قد تؤثر في استقلالية الإعلام إذا ما كانت هناك ضغوط من المعلنين بشأن المحتوى أو الخط التحريري (بوراس ، 2022).

الفرص التي تتيحها الصحافة الرقمية في العالم العربي

رغم التحديات، فإن الصحافة الرقمية تقدم العديد من الفرص لتعزيز دور الإعلام في المجتمع العربي، ومن أبرز هذه الفرص:

1. **الوصول إلى جمهور أوسع:** تتيح الصحافة الرقمية الوصول إلى جمهور أوسع وبطرق أكثر تنوعاً مقارنة بالصحافة التقليدية. يمكن للصحف والمواقع الإلكترونية الوصول إلى جميع فئات المجتمع، بما في ذلك الشرائح التي قد تكون بعيدة عن الإعلام التقليدي. وتساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز التفاعل الفوري مع الجمهور، مما يتيح للمؤسسات الإعلامية الاستجابة بسرعة للأحداث الجارية وتزويد الجمهور بالمعلومات في الوقت الفعلي (بن دريسو ، 2022).



2. **الشفافية والمساءلة:** تسهم الصحافة الرقمية في تعزيز الشفافية والمساءلة في المجتمع العربي، حيث يمكن للجمهور متابعة الأحداث الجارية بشكل لحظي، والإطلاع على مصادر متعددة للأخبار والمعلومات. كما أن الصحافة الرقمية تتيح الفرصة للمؤسسات الإعلامية لتقديم تقارير وأبحاث موسعة تحلل القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية بعمق (بوراس ، 2022).

3. **الصحافة التفاعلية والمحتوى المتعدد الوسائط:** تتيح الصحافة الرقمية للصحفيين تقديم المحتوى التفاعلي والمتعدد الوسائط الذي يتضمن النصوص، والصور، والفيديو، والمحتوى الصوتي، مما يزيد من جاذبية المادة الإعلامية ويسهم في إثراء تجربة المتلقي. يمكن أيضًا استخدام التقنيات الحديثة مثل الصحافة البيانية والواقع الافتراضي لعرض القضايا بشكل مبتكر وجذاب، مما يسهم في توصيل الرسائل الإعلامية بشكل أكثر تأثيرًا (جلطي ، 2015).

4. **الديمقراطية الإعلامية:** تُسهم الصحافة الرقمية في تحقيق نوع من الديمقراطية الإعلامية، حيث أصبح بوسع الأفراد العاديين المشاركة في إنتاج المحتوى ونشره، مما يفتح المجال أمام مزيد من التنوع في الرأي والتمثيل لمختلف القضايا والفئات في المجتمع. وعلى الرغم من التحديات المرتبطة بالأخبار الكاذبة، إلا أن الصحافة الرقمية قد تعزز من حرية التعبير وتعزز مشاركة المواطنين في الحياة العامة (العتيبي ، 2016).

(إجراءات البحث)

منهجية البحث :

اعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي بوصفه المنهج الأنسب لدراسة الظواهر الإعلامية وتحليل محتواها، لما يتميز به من قدرة على جمع البيانات ووصفها كما هي في الواقع، ثم تحليلها للوصول إلى استنتاجات علمية دقيقة. وقد تم استخدام هذا المنهج للكشف عن مدى التزام المواقع الإخبارية العربية بأخلاقيات النشر في البيئة الرقمية، من خلال تحليل آراء عينة من المختصين والمعنيين بالمجال الإعلامي.

مجتمع البحث و عينته :

يتكون **مجتمع البحث** من شريحة واسعة من الصحفيين، والإعلاميين، وأساتذة الإعلام، والطلبة اضافة للقراء في محافظة بابل، بوصفهم يمثلون شرائح متنوعة ومطلعة على واقع الممارسة الإعلامية الرقمية، مما يضيف على النتائج طابعًا شاملاً ومعبرًا عن الواقع الميداني. وقد تم اختيار **عينة البحث** بالطريقة العشوائية الطبقية لضمان تمثيل عادل لمختلف الفئات وان اغلب العينة هي من القراء للمواقع الاخبارية العربية ، وبلغ عدد أفراد العينة (237) مشاركًا، لديهم اهتمام بالمضامين الإخبارية الرقمية.

أداة البحث :

اعتمد الباحث في جمع البيانات على أداتين رئيسيتين من نوع الاستبيان المغلق، نظرًا لما توفره هذه الأداة من قدرة على جمع معلومات كمية دقيقة من عينة كبيرة وموزعة، ولأنها تتماشى مع طبيعة البحث الوصفي التحليلي الذي يسعى إلى تشخيص واقع وفهم ظواهر اجتماعية ومهنية محددة.

أولاً: استبيان قياس مدى فهم المجتمع لأخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية

صُمم هذا الاستبيان لقياس مستوى معرفة وفهم فئات المجتمع المختلفة (من إعلاميين، صحفيين، أكاديميين، طلبة، معلمين...) لمفاهيم **أخلاقيات النشر الصحفي الرقمي**، ويتكون من (25) فقرة موزعة على خمسة محاور رئيسية هي:



1. فهم المبادئ العامة لأخلاقيات النشر.
2. الخصوصية وحقوق الأفراد.
3. الشفافية والمساءلة.
4. الحياد والمهنية.
5. الفهم العام والوعي بأخلاقيات النشر.

وقد تم إعداد الفقرات وفق مقياس ليكرت الخماسي (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة)، لقياس مستوى الاتفاق مع كل عبارة، مع منح المستجيب حرية اختيار الدرجة التي تعكس موقفه، وكما في ملحق رقم 1.

صدق الأداة (الاستبانة)

للتحقق من مدى صلاحية أداة البحث في قياس ما وضعت من أجله، تم التأكد من صدق الأداة بنوعيه:

1. الصدق الظاهري: (Face Validity)

عُرض الاستبيان بصيغته الأولية على مجموعة من المحكمين المختصين في ميادين الصحافة والإعلام، وطرائق التدريس، وقياس الاتجاهات، بلغ عددهم (8) محكمين من ذوي الخبرة الأكاديمية والبحثية. وقد طُلب منهم تقويم الفقرات من حيث وضوح الصياغة، وملاءمتها للمحاور، وارتباطها بأهداف البحث. واستناداً إلى آرائهم وملاحظاتهم، أُجريت التعديلات الضرورية على صياغة بعض الفقرات، مع الإبقاء على الفقرات التي حصلت على اتفاق بنسبة لا تقل عن 80% من المحكمين، بما يعزز من صدق الأداة الظاهري.

2. صدق الاتساق الداخلي: (Internal Consistency Validity)

تم تطبيق الاستبيان على عينة استطلاعية قوامها (50) فرداً من الفئة المستهدفة، وحُسبت معاملات الارتباط (Pearson Correlation) بين درجات كل فقرة من فقرات الاستبيان والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه. وقد أظهرت النتائج أن جميع الفقرات كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، مما يشير إلى أن الفقرات تتسق مع البعد الذي تقيسه، وبالتالي فإن الاستبيان يتمتع بدرجة جيدة من الاتساق الداخلي. وكذلك باستخدام أسلوب المجموعتين المتطرفتين للتحقق من قدرة فقرات الاستبيان على التمييز بين الأفراد ذوي الفهم العالي والمنخفض لأخلاقيات النشر، استخدم الباحث أسلوب المجموعتين المتطرفتين. حيث طُبّق الاستبيان على عينة استطلاعية مكونة من (50) فرداً، ثم تم تحديد أعلى 27% (المجموعة العليا) وأدنى 27% (المجموعة الدنيا) من مجموع الدرجات الكلية. بعد ذلك، أُجري اختبار (t) لعينتين مستقلتين على إجابات كل فقرة من فقرات الاستبيان، بهدف قياس دلالة الفروق بين المتوسطات. وقد أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($p < 0.05$) بين المجموعتين في جميع الفقرات، مما يدل على القدرة التمييزية العالية لفقرات الأداة، ويؤكد صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

ثبات الأداة (الاستبانة)



للتحقق من ثبات الأداة، أي مدى اتساق نتائجها عند إعادة التطبيق في ظروف مماثلة، تم حساب معامل الثبات باستخدام طريقة كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) وقد طُبِّق الاستبيان على عينة استطلاعية مكونة من (50) مشاركاً من خارج العينة الأساسية، وأسفرت نتائج التحليل الإحصائي عن بلوغ معامل كرونباخ ألفا (0.79)، وهي قيمة ضمن المستوى المقبول إحصائياً، وتدل على درجة عالية من الثبات والاتساق الداخلي لأداة البحث.

ثانياً: استبيان قياس مدى مراعاة المواقع الإخبارية العربية لأخلاقيات النشر من وجهة نظر القارئ وكذلك المختصين بالصحافة.

يستهدف هذا الاستبيان قياس مدى التزام المواقع الإخبارية العربية بأخلاقيات النشر الرقمي من وجهة نظر القارئ أو المتلقي، ويتألف من (25) فقرة موزعة على المحاور التالية:

1. المصادقية والدقة.
 2. احترام الخصوصية.
 3. الشفافية والمساءلة.
 4. الحياد والنزاهة.
 5. الرأي العام كمؤشر على الالتزام الأخلاقي.
- وقد صيغت الفقرات أيضاً باستخدام مقياس ليكرت الخماسي ذاته، لتوحيد أسلوب القياس وتسهيل المعالجة الإحصائية ومقارنة النتائج (2).

صدق الأداة (الاستبانة)

تحقق الباحث من صدق الأداة (Validity) بنوعيه:

1. الصدق الظاهري: (Face Validity)

تم عرض فقرات الاستبيان على مجموعة من المحكّمين المتخصصين في الصحافة الرقمية وأخلاقيات النشر، بلغ عددهم (8) من أصحاب الخبرات الأكاديمية والمهنية. وقد قيّم المحكّمون الفقرات من حيث سلامة الصياغة، ووضوح المعنى، وملاءمتها لمحاور الاستبيان وأهداف البحث. وبناءً على ملاحظاتهم، أُجريت التعديلات اللازمة على بعض الفقرات، مما عزز من الصدق الظاهري للأداة.

2. صدق الاتساق الداخلي: (Internal Consistency Validity) باستخدام أسلوب المجموعتين المتطرفتين :

للتحقق من صدق الاتساق الداخلي، اعتمد الباحث على أسلوب المجموعتين المتطرفتين. حيث تم تطبيق الأداة على عينة استطلاعية مكونة من (50) فرداً، ثم قُسمت العينة إلى مجموعتين:

- المجموعة العليا: تمثل أعلى 27% من درجات الاستجابات.
- المجموعة الدنيا: تمثل أدنى 27% من الدرجات.



بعد ذلك، تم إجراء اختبار (t) لعينتين مستقلتين (Independent Samples t-test) لكل فقرة من فقرات الاستبيان، بهدف قياس الفروق بين متوسطات إجابات المجموعتين. وقد أظهرت النتائج التي تتراوح بين (2.14 الى 7.48) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في جميع الفقرات، مما يدل على أن الفقرات تميز جيداً بين الأفراد ذوي الفهم العالي والمنخفض لموضوع أخلاقيات النشر، وبالتالي فإن الأداة تتمتع بصدق تمييزي داخلي جيد.

ثبات الأداة (الاستبانة)

للتحقق من ثبات الاستبيان الثاني (الخاص بقياس مدى مراعاة المواقع الإخبارية العربية لأخلاقيات النشر من وجهة نظر القارئ)، تم اعتماد أسلوب الاتساق الداخلي باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، والذي يُعد من أكثر الأساليب الإحصائية شيوعاً ودقة في قياس ثبات أدوات البحث. وبلغ معامل الثبات (0.84)، وهي قيمة مرتفعة نسبياً وتدل على مستوى جيد من الثبات، وتُشير إلى أن فقرات الاستبيان مترابطة ومتسقة في قياس ما وُضعت لقياسه. وبناءً على ذلك، يمكن اعتماد الأداة في التطبيق الميداني على العينة الرئيسية للبحث بثقة علمية، كونها تتمتع بدرجة كافية من الثبات والاتساق الداخلي.

الوسائل الإحصائية

اعتمد الباحث على مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية المناسبة لطبيعة البيانات ونوع الاستجابات في الاستبيانين، وقد تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). وتمثلت الوسائل الإحصائية المستخدمة فيما يأتي:

1. الوسط الحسابي والانحراف المعياري: استخدمنا لقياس الاتجاه العام لاستجابات أفراد العينة، وتحديد مدى تشتت البيانات حول المتوسط في كل فقرة من فقرات الاستبيانين، مما يساعد في تفسير مستويات الفهم أو التقدير الأخلاقي من قبل العينة.
2. اختبار (t) لعينتين مستقلتين: (Independent Samples t-test) استخدمنا في اختبار صدق الفقرات وفقاً لأسلوب المجموعتين المتطرفتين، وذلك من خلال مقارنة استجابات الأفراد في أعلى وأدنى فئات الدرجات لتحديد دلالة الفروق بين المجموعتين.
3. معامل ارتباط بيرسون: (Pearson Correlation Coefficient) استخدمنا لتحليل علاقة كل فقرة بالدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه، وذلك بهدف التحقق من صدق الاتساق الداخلي للأداة، خصوصاً في مرحلة البناء الأولى.
4. معامل كرونباخ ألفا: (Cronbach's Alpha) استخدمنا لقياس ثبات الأداة ودرجة الاتساق الداخلي بين الفقرات في كلا الاستبيانين، وقد تم الحصول على قيم مرضية (0.79) تدل على مستوى ثبات مقبول علمياً.

(نتائج البحث)

أولاً: قياس قدرة المجتمع على فهم وتميز أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية :

أظهرت نتائج تحليل بيانات العينة البالغ عددها (237) مشاركاً فيما يتعلق بقياس قدرة المجتمع على فهم وتمييز أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية أن المتوسط الحسابي للإجابات بلغ (82.26) مع انحراف معياري مقداره (14.86)، وهو ما يدل على أن مستوى الفهم العام لدى أفراد العينة مرتفع نسبياً مقارنة



بالمتوسط الفرضي المحدد عند (75). وقد تم التحقق من دلالة هذا الفرق باستخدام اختبار (T-test) حيث بلغت قيمة T المحسوبة (7.52)، وهي قيمة تفوق القيمة الجدولية المقابلة عند مستوى دلالة (0.05) والبالغة (1.96)، مما يشير إلى أن الفرق بين المتوسط الملاحظ والمتوسط الفرضي هو فرق ذو دلالة إحصائية، وبالتالي يمكن استنتاج أن أفراد المجتمع لديهم قدرة جيدة على فهم وتمييز مبادئ أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية، وأن مستويات الوعي بهذا الجانب أعلى من المستوى المرجعي الموضوع في الفرضية، وجدول رقم (1) يوضح ذلك.

جدول رقم (1) قياس قدرة المجتمع على فهم وتمييز أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية

العينه	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	درجة الحرية	قيمة T-test	قيمة T الجدولية
237	82.26	14.86	75	236	7.52	1.96

تُظهر النتيجة السابقة أن مستوى فهم أفراد المجتمع لأخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية يقع ضمن حدود مرتفعة نسبياً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (82.26) مع انحراف معياري (14.86)، وهو ما يشير إلى وجود تفاوت مقبول في درجات الاستيعاب بين الأفراد، لكنه لا يلغي التوجه العام نحو الوعي بمبادئ الأخلاقيات الصحفية في البيئة الرقمية. ومن الناحية النظرية، يمكن تفسير هذه النتيجة بأن الانفتاح المتزايد على الإعلام الرقمي واعتماده كمصدر رئيسي للمعلومات قد ساهم في تعزيز مفاهيم مثل المصداقية والشفافية لدى جمهور القراء، وهو أمر تدعمه نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام التي تؤكد دور وسائل الإعلام في توجيه المجتمع وتزويده بالمعلومات الدقيقة والمسؤولة. (جلطي ، 2015) كما أن ارتفاع مستوى الفهم قد يكون نتيجة لانتشار ثقافة التحقق من المعلومات وتنامي الوعي بمخاطر الأخبار الزائفة، وهو ما يندرج تحت إطار مبادئ أخلاقيات النشر الرقمي التي تشدد على ضرورة التزام الصحفيين والمؤسسات الإعلامية بمعايير دقيقة في التعامل مع المحتوى الرقمي. و أن أفراد المجتمع في محافظة بابل يمتلكون وعياً أخلاقياً ناضجاً تجاه الصحافة الرقمية، حيث يرون بانها ليست مجرد وسيلة لنشر المعلومات، بل مسؤولية اجتماعية وأخلاقية تحافظ على الحقيقة وتحترم حقوق الأفراد، وهو ما يعكس تفاعلاً عميقاً مع مفاهيم مثل "الحقيقة كقيمة أخلاقية" و"المسؤولية الجماعية في مواجهة الفوضى المعلوماتية" (بوراس ، 2022)، إذ يدرك الجمهور أن الصحافة الرقمية، رغم سرعتها وتفاعلها، يجب أن تُحافظ على مبادئ الصدق والدقة والحياد، وهي قيم ترتبط بفلسفة العقد الاجتماعي التي تُطالب المؤسسات الإعلامية بحماية المجتمع من التضليل والانقسام، كما تُظهر النتيجة أن هذا الوعي يُعد مؤشراً ثقافياً ناضجاً يُمكن البناء عليه لتعزيز مصداقية الإعلام الرقمي في العالم العربي، حيث يتحول القارئ من متلقي سلبي إلى كيان أخلاقي ناقد يُطالب بالشفافية والمسؤولية، مما يُعيد تعريف العلاقة بين الإعلام والجمهور في ظل التحولات الرقمية.

ثانياً : الكشف عن تصورات القراء في محافظة بابل حول مدى التزام المواقع الإخبارية العربية بأخلاقيات النشر الرقمي.

أظهرت النتائج أن تصورات أفراد العينة (237 مشاركاً) في محافظة بابل حول مدى التزام المواقع الإخبارية العربية بأحكام أخلاقيات النشر الرقمي جاءت أقل من المستوى المرجعي (المتوسط الفرضي 75)، حيث بلغ المتوسط الحسابي (69.17) مع انحراف معياري (13.52). وقد سجل اختبار (T-test) قيمة محسوبة (6.63) تفوق القيمة الجدولية (1.96) عند مستوى دلالة (0.05)، مما يشير إلى دلالة إحصائية واضحة على



وجود فرق معنوي بين التصورات الفعلية للمجتمع ومستوى التزام المواقع الإخبارية المفترض ، وجدول رقم (2) يوضح ذلك.

جدول رقم (2) قياس تصورات القراء في محافظة بابل حول مدى التزام المواقع الإخبارية العربية بأخلاقيات النشر الرقمي من وجهة نظر القراء

العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	درجة الحرية	قيمة T-test	قيمة T الجدولية
237	69.17	13.52	75	236	6.63	1.96

تظهر النتائج تبايناً علمياً وفلسفياً بين الوعي النظري لأخلاقيات النشر الرقمي والتصور العملي لالتزام المواقع الإخبارية بها ، حيث يعكس المتوسط المرتفع في الفهم (82.26) قدرة المجتمع على تمييز المبادئ الأخلاقية كقيم ثابتة (الصدق، الدقة، الحياد)، بينما يُشير المتوسط المنخفض في التزام المواقع (69.17) إلى فجوة بين النظرية والتطبيق. من الناحية العلمية، يُفسر هذا التباين بتأثير عوامل مثل السرعة في النشر والتنافس على الانتشار ، التي تُضعف آليات التحقق وتُعزز انتشار الأخبار الزائفة، مما يُهدد مصداقية الإعلام الرقمي. أما فلسفياً، فإن النتيجة تُبرز صراعاً وجودياً بين حرية التعبير الرقمية والمسؤولية الاجتماعية ، حيث تتحول الصحافة من سلطة رقابية مستقلة إلى فضاء هجين يخضع لضغوط سياسية واقتصادية، ما يُضعف التزام المؤسسات بأخلاقيات المهنة. كما تشير إلى أن الحقيقة في العصر الرقمي لم تعد مطلقة، بل نسبية تعتمد على سياق التفاعل بين المؤسسة الإعلامية والجمهور، وهو ما يُعيد تعريف العلاقة بين "الحرية" و"المسؤولية" في الفلسفة الاجتماعية، ويُطالب بإعادة تأسيس معايير أخلاقية تواكب ديناميات البيئة الرقمية لضمان عدالة الإعلام ودوره التوعوي (العنبي، 2016).

وبالمجمل يُشير ماسبق إلى تحديات هيكلية في البيئة الرقمية، حيث تتحول الصحافة من مؤسسة رقابية مستقلة إلى فضاء هجين يخضع لضغوط متعددة، مثل المنافسة على السبق الصحفي، والاعتماد على التفاعل الجماهيري كمقياس للنجاح، وتغول التمويل السياسي أو الاقتصادي على المحتوى. من الناحية النظرية، تتناغم النتيجة مع نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام ، التي تؤكد أن وسائل الإعلام ليست مجرد ناقل للمعلومات، بل يجب أن تكون حارساً للحقيقة ومساهماً في تعزيز القيم المجتمعية. لكن في البيئة الرقمية، تضعف آليات الرقابة الذاتية، وتُفقد الحدود بين الأخبار والمحتوى الإعلاني أو التحريضي، مما يُهدد مصداقية المهنة. كما أن سرعة النشر، التي تُعد ميزة تقنية للصحافة الرقمية، تصبح عيباً أخلاقياً إذا لم تُواكب بإجراءات التحقق الدقيق من المصادر، وهو ما يتفق مع الإشكاليات التي أشار إليها (Fowler 2018) و (Pennycook & Rand 2018) حول انتشار الأخبار الكاذبة. أما الاستنتاج الرئيسي هو أن التحول الرقمي للصحافة لم يُواكب بتطوير مواز للإطار الأخلاقي المؤسسي. فالحرية الرقمية التي أعطت الجمهور حق الوصول إلى المعلومات لم تُترجم إلى حرية مسؤولية، بل إلى فوضى معلوماتية تُهدد الثقة بين الإعلام والجمهور (ابراهيم ، 2020). ومن هنا، تبرز الحاجة إلى إعادة تعريف أخلاقيات النشر الرقمي بمعايير واضحة، وإنشاء آليات رقابة فعالة، وتدريب صحفيين على موازنة السرعة بالدقة، مع تعزيز الشفافية في سياسات التحرير.



الاستنتاجات:

1. يتمتع أفراد المجتمع في محافظة بابل بمستوى مرتفع من الوعي بأخلاقيات النشر الرقمي (متوسط 82.26)، لكنهم يُدركون ضعف التزام المواقع الإخبارية العربية بهذه المعايير (متوسط 69.17)، مما يعكس فجوة بين النظرية والممارسة.
2. سرعة النشر والمنافسة على التفاعل الجماهيري تُضعف آليات التحقق من المعلومات، مما يُعزز انتشار الأخبار الزائفة ويشهد تدهورًا في المصداقية.
3. غياب موانئ أخلاقية واضحة في المواقع الإخبارية يُفقد الرقابة الذاتية، ويُسهّل توجيه المحتوى لخدمة مصالح سياسية أو اقتصادية.
4. يتطلب تطوير الصحافة الرقمية تعزيز مسؤولية المؤسسات الإعلامية تجاه المجتمع، مع الالتزام بمبادئ الشفافية والحياد.

التوصيات:

1. إنشاء مدونات سلوك ملزمة للمواقع الإخبارية الرقمية، تُحدد معايير دقيقة للتحقق من المصادر واحترام الخصوصية.
2. تدريب الصحفيين على أدوات التحقق الرقمي (Fact-checking) واعتماد سياسات تحريرية صارمة توازن بين السرعة والدقة.
3. توعية الجمهور بمهارات التمييز بين الأخبار الموثوقة والمضللة عبر برامج تثقيفية في المدارس والجامعات.
4. سن قوانين تُجرّم نشر الأخبار الكاذبة وتُلزم المنصات الرقمية بالشفافية في الإعلانات والتمويل.

المقترحات:

1. إجراء مقارنات إقليمية لفهم تنوع تحديات الأخلاقيات الرقمية في السياقات العربية.
2. دعم المشاريع الصحفية المستقلة التي تلتزم بالمعايير الأخلاقية عبر منح تمويلية وتدريب متخصص.
3. استخدام أدوات تكنولوجية للكشف الآلي عن الأخبار الزائفة وتحليل مصادرها.
4. تأسيس شبكات إقليمية لتبادل الخبرات في مجال الأخلاقيات الرقمية، بالتعاون مع منظمات مثل اليونسكو.

المصادر

- صفوت إبراهيم، ليديا. (2020). أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية المصرية والتحديات التي تواجهها: دراسة تطبيقية. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، 29(2)، 148-188.
- عيسى عبد الباقي موسى، محمد بن سليمان الصبيحي. (2020). التحولات في بيئة الاتصال الرقمي وعلاقتها بإدراك القائمين بالاتصال في الصحافة العربية لأدوارهم الوظيفية والمهنية (دراسة على عينة من الصحفيين المصريين والسعوديين). حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، 41(553).
- جميل حنا، كميل، محمد محمد مرسي، أ. د/عمر، حمدي قنديل، د/ثابت. (2024). تنمية المواطنة الرقمية لطلاب المدرسة الإعدادية. (دراسة تحليلية). (المجلة التربوية لتعليم الكبار، 2(6)، 180-212).
- بن معزوز، حميدة. (2024). الأخلاقيات المهنية في عصر الصحافة الرقمية: بين السبق والمصداقية. مجلة التشريع الاعلامي، 2(2)، 76-96.



- محمدي، خيرة، بلعالية، خيرة. (2021). واقع الصحافة الورقية في ضوء رهانات الإعلام الجديد-دراسة تحليلية. مجلة معالم للدراسات الاعلامية و الاتصالاتية، 3(2)، 143-156.
- العنبي، ماجد بن فيحان. (2016). (المسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد في مواقع الصحف الإلكترونية في المملكة العربية السعودية. (Doctoral dissertation).
- بوراس، بن ناصر، نسرين، علي قشي، لطفي. (2022). أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.
- جلطي مصطفى. (2015). أخلاقيات المهنة الاعلامية، (Doctoral dissertation)، كلية علوم الاعلام و الاتصال.
- حسين، الحاج الناصر محمد بن دريسو. (2022). أخلاقيات الصحافة في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة دراسة حالة الصحفيين في غرداية وفقا لنظرية القائم بالاتصال، (Doctoral dissertation)، جامعة غرداية.
- Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). *Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*. University of Illinois Press.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2018). Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(44), 11021-11026. <https://doi.org/10.1073/pnas.1807201115>
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and new media*. Columbia University Press.
- Fowler, G. A. (2018). How social media is changing journalism. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/how-social-media-is-changing-journalism-1530682200>

ملحق رقم (1)

مقياس فهم وتميز اخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية

ت	الفقرات	لا وافق بشدة	لا وافق	محايد	وافق	وافق بشدة
1	الصحافة الأخلاقية تلتزم بالحقيقة والدقة.					
2	الصحفي الرقمي يجب أن يتحقق من المعلومات قبل نشرها.					
3	يجب التفريق بين الخبر والرأي في					



					التغطيات الصحفية.	
					استخدام العناوين المضللة يُعد سلوكًا غير أخلاقي.	4
					حرية التعبير يجب أن تُمارَس بمسؤولية.	5
					يجب احترام خصوصية الأفراد وعدم التشهير بهم.	6
					نشر صور الضحايا دون إذن يُعد انتهاكًا أخلاقيًا.	7
					الصحافة الرقمية لا يحق لها انتهاك الخصوصية حتى في القضايا العامة.	8
					من حق الأفراد الرد على ما يُنشر عنهم.	9
					يجب حماية بيانات الأفراد الشخصية من التسريب.	10
					المؤسسات الصحفية يجب أن تعلن عن مصادر تمويلها.	11
					يجب أن يتضمن كل خبر اسم كاتبه أو مسؤوليته.	12
					يتوجب على الصحفي الاعتراف بالأخطاء عند وقوعها.	13
					عدم توضيح مصادر المعلومات يقلل من مصداقية الخبر.	14
					من واجب المؤسسات الإعلامية إتاحة وسائل للرد أو الشكوى.	15
					يجب أن تعرض الأخبار جميع وجهات النظر.	16
					الانحياز السياسي في الأخبار يُعد خرقًا أخلاقيًا.	17
					يجب أن تُغطى القضايا الاجتماعية بحيادية.	18
					لا يجوز التمييز في التغطية حسب الدين أو العرق.	19
					الصحفي المهني يتجنب التأثير الأيديولوجي في تغطيته.	20
					لدي معرفة بمبادئ أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية.	21
					أعلم أن هناك ميثاق دولية تنظم أخلاقيات الإعلام.	22
					أميز بين الأخبار الصادقة والمضللة على الإنترنت.	23



24	أفهم آثار نشر الأخبار الكاذبة على المجتمع.				
25	أعتقد أن الالتزام الأخلاقي يحافظ على ثقة الجمهور بالإعلام.				

ملحق رقم (2)

مقياس تصورات القراء حول مدى التزام المواقع الإخبارية العربية بأخلاقيات النشر الرقمي من وجهة نظر القراء

ت	الفقرات	لا وافق بشدة	لا وافق	محايد	وافق	وافق بشدة
1	تحرى المواقع الإخبارية العربية الدقة في أخبارها.					
2	يتم التحقق من صحة المعلومات قبل النشر.					
3	يتم تحديث وتصحيح الأخبار عند ظهور معلومات جديدة.					
4	تعتمد المواقع الإخبارية على مصادر موثوقة.					
5	يُفصل بين الرأي والخبر بوضوح في المحتوى المنشور.					
6	لا تنشر المواقع معلومات شخصية دون موافقة أصحابها.					
7	تُحذف الصور غير المناسبة أو المنتهكة للخصوصية.					
8	يتم احترام خصوصية الأطفال والنساء في التغطية.					
9	تتيح بعض المواقع حق الرد أو التعليق.					
10	هناك التزام بعدم التشهير بالأشخاص أو المؤسسات.					
11	يتم ذكر أسماء الكتاب أو الجهات المسؤولة عن الخبر.					
12	تُعلن بعض المواقع عن مصادر تمويلها أو تبعيتها.					
13	تُتيح المواقع آليات تواصل لتقديم الشكاوى أو التصحيحات.					
14	يتم الاعتراف بالأخطاء عند وقوعها.					
15	يُوضح في بعض المواقع سياسات النشر					



					والتحرير.	
					تتجنب المواقع الأخبار الموجهة سياسيًا.	16
					يتم عرض وجهات نظر متعددة في الأخبار.	17
					لا يتم التحيز لفئة معينة في القضايا المجتمعية.	18
					تبتعد الأخبار عن الألفاظ التحريضية أو العنصرية.	19
					الأخبار تُنشر بصورة حيادية دون تلاعب.	20
					أشعر بالثقة في محتوى المواقع الإخبارية العربية.	21
					أجد أن بعض المواقع تلتزم بمواثيق الشرف الإعلامي.	22
					يقل عدد الأخبار الكاذبة في المواقع المعروفة.	23
					ألاحظ التزامًا أخلاقيًا في تغطية الكوارث والأزمات.	24
					أعتقد أن التزام المواقع بالأخلاقيات ما يزال بحاجة إلى تعزيز.	25