



كلية الإعلام

JMIS

مجلة الإعلام و الدراسات البينية

المجلد 1 - عدد 1 - سبتمبر 2022
دورية علمية محكمة تصدر ربع سنوية

Print ISSN 2812-6270 Online ISSN 2812-6289

jmis@msa.edu.eg



تقاطع محور 26 يوليو مع
طريق الواحات، مدينة 6 أكتوبر





JMIS

جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب
مجلة الإعلام و الدراسات البينية

يسعدنا أن نتلقى مقترحاتكم و تعليقاتكم عبر
البريد الإلكتروني للمجلة jmis@msa.edu.eg

مجلة الإعلام والدراسات البيئية

هى مجلة علمية محكمة ربع سنوية تصدر عن كلية الإعلام جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب MSA .
تتخصص المجلة فى دراسات الإعلام التقليدى والرقمى بجميع أقسامه والتي تشمل : الصحافة – الإذاعة
والتلفزيون – العلاقات العامة والإعلان وتتميز المجلة بنشر الدراسات البيئية التي تجمع بين مجال الإعلام
وغيره من المجالات الأخرى مثل : علم النفس- علم الاجتماع - علم السياسة - الاقتصاد - الذكاء الاصطناعي -
علوم الكمبيوتر - الصحة - والهندسة الفنية

* هيئة التحرير *

رئيس مجلس ادارة المجلة: ا.د. خيرى عبد الحميد

رئيس التحرير: ا.د. أمانى فهمى

مساعد رئيس التحرير:

ا.د سامي عبد العزيز

ا.د. ليلى عبد المجيد

ا.د. هشام مصباح

مدير التحرير: ا.د. سلوى سليمان

نائب مدير تحرير:

ام د. سمر جلال

د. ماري حبيب

سكرتير التحرير: ا. مريم مجدى

المدير الفنى: د. حسن مرعى

الاشراف الفنى: ادارة المحتوى الرقمي

الهيئة الاستشارية:

أ.د حنان بدر

ا.د. داليا عبد الله

أ.د عادل عبد الغفار

أ.د على عوجة

أ.د هبة شاهين

أ.د عبد الله الكندي

د. بيتر اوغوندو

د. جايمس ريتشاردسون

د. كريستين هوبينوس

د. كيم فوكس

د. أليكسيس ويدون

د. مارك مارجاريتين



قواعد النشر

1. لا تقبل المجلة الأبحاث التي تم نشرها مسبقاً في مجلات علمية أخرى مصرية أو عربية أو دولية .
2. تقبل المجلة الأبحاث باللغتين العربية والإنجليزية فيما لا يزيد عن 40 - 30 صفحة ويتحمل الباحث تكلفة ما يزيد عن ذلك .
3. على الباحث الالتزام بأسلوب APA style في توثيق المراجع والاستشهادات سواء في متن البحث أو في قائمة المراجع .
4. يقدم الباحث ملخصاً باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية بواقع 250 كلمة لكل منهما.
5. تمتلك المجلة جميع حقوق النشر للأبحاث المقبولة .
6. تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر .
7. تقدم المجلة إفادة بقبول النشر بناء على طلب الباحث .
8. لا يتم الافصاح عن شخصية الباحث للمحكم لضمان حيادية التحكيم .
9. في حالة رفض البحث المقدم يتم إعادة البحث إلى الباحث وإعادة رسوم النشر بعد خصم قيمة التحكيم .



المحتوى

● "رؤية مستقبلية في بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية"
أ.د. نرمين نبيل الأزرق

● "الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات الأخبار الزائفة دراسة تحليلية
من المستوى الثاني"
د. سمر عز الدين جلال

● "الاتجاهات الحديثة في بحوث ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني
دراسة تحليلية من المستوى الثاني"
د. شيما عز الدين زكي جمعة

● "الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات استخدامات الذكاء الاصطناعي
في الصحافة"
د. أسماء أحمد أبو زيد علام

● "الاتجاهات الحديثة في تصميم الصحف المطبوعة"
د. شيرين محمد أحمد أحمد عمر



الآراء المنشورة تعبر عن اصحابها

مجلة الإعلام والدراسات البيئية العدد الأول

يسعد كلية الإعلام جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب أن تقدم لكم العدد الأول من مجلة "الإعلام و الدراسات البيئية" وهي دورية علمية محكمة ربع سنوية تنشر فيها البحوث باللغة الإنجليزية والعربية و الفرنسية، ويُشرف عليها نخبة من أساتذة الإعلام. وتهتم المجلة بنشر الدراسات الإعلامية: التقليدية والرقمية بجميع تخصصاتها وتشمل: الصحافة، والإذاعة والتلفزيون، والاتصالات التسويقية المتكاملة؛ كما تتميز المجلة بنشر الدراسات البيئية التي تجمع بين مجال الإعلام وغيره من المجالات الأخرى مثل: علم النفس الإعلامي - علم الاجتماع الإعلامي- علم الاتصال السياسي- الإعلام والاقتصاد- الذكاء الاصطناعي واستخداماته في مجال: الإعلام - الإعلام الصحي - الإعلام الرياضي - إدارة الأزمات - ما يُستجد بالنسبة للتخصصات البيئية التي تجمع بين الإعلام والتخصصات الأخرى. تنشر المجلة البحوث العلمية للسادة أعضاء هيئة التدريس، وملخصات الكتب، وبحوث معاوني هيئة التدريس كمتطلب للحصول على درجتى الماجستير والدكتوراه.

وبين أيدي حضراتكم -أعزائي القراء- في مجال علوم الاتصال والإعلام العدد الأول و يشمل ستة أبحاث، خمسة منها باللغة العربية، وبحث واحد باللغة الإنجليزية؛ حيث تقدم لنا أ.د نرمين نبيل الأزرق، الأستاذ بقسم الصحافة كلية الإعلام - جامعة القاهرة بحثها المتميز بعنوان: "رؤية مستقبلية في بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية"، كما تناقش د. سمر عز الدين جلال الأستاذ المساعد بقسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب MSA، "الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات الأخبار الزائفة"، كما تحلل د. شيما عز الدين زكي جمعة، الأستاذ المساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس، "الاتجاهات الحديثة في بحوث ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني"، كما تقدم د. أسماء أحمد أبو زيد علام، الأستاذ المساعد بقسم الصحافة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة، "الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة"، وترصد د. شيرين محمد أحمد عمر، الأستاذ المساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس، "الاتجاهات الحديثة في تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم"، كما تقدم د. ماري يسري كامل حبيب دراستها باللغة الإنجليزية بعنوان:

"Impact of Media Violence on Social-Trust Levels among Egyptian Youth: Using General Aggression Model (GAM)"

ويسعد هيئة التحرير بالمجلة أن تتبادل الخبرات البحثية مع الباحثين في مجال الاتصال والإعلام في شتى أنحاء العالم، ويسعدها كذلك أن تتلقى مقترحاتكم عبر البريد الإلكتروني للمجلة jmis@msa.edu.eg

رئيس التحرير
أ.د أمانى فهمي



"رؤية مستقبلية في بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية"

**“Future vision about digital
journalism ethics research”**

أ.د. نرمين نبيل الأزرق

الأستاذ بقسم الصحافة
كلية الإعلام - جامعة القاهرة

ملخص الدراسة:

يدور موضوع هذه الدراسة حول تقديم رؤية مستقبلية لبحوث ودراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية، وستعتمد الباحثة في ذلك على توصيف أهم الموضوعات البحثية التي اشتملت عليها بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية وتحليلاهتماماتها ونتائجها والنظريات التي اعتمدت عليها والمناهج والأدوات التي استخدمتها وحدودها البحثية ومن ثم الاستدلال من خلال إجمالي النتائج وحجم المعرفة الذي أتاحتها الدراسات على واقع أخلاقيات الصحافة الرقمية وعلى ما عالجه بالفعل الدراسات السابقة والبحوث من مشكلات وما ناقشته من مسائل متصلة بها، وكذلك تقييم واقعها من أجل طرح رؤية مستقبلية لتطويرها ومسايرة المتغيرات والتطورات التكنولوجية في العصر الرقمي.

كلمات مفتاحية: أخلاقيات الصحافة الرقمية - الممارسات المهنية - البيئة الرقمية - القائم بالاتصال

مقدمة:

باتت الصحافة الرقمية هي الإطار الأحدث الذي تقدم من خلاله الأخبار والبيانات ويقدم من خلاله العمل الصحفي والذي يجتذب الجمهور حالياً بما له من إمكانات أوجدتها التطورات التكنولوجية المتلاحقة مثل الفورية والتفاعلية وقدرة المتابع أن يعرف كافة التفاصيل بالصوت والصورة ولذا يطلق البعض على الصحافة الرقمية *digital journalism* أنها الصحافة المرئية *visual journalism*، وتعرف كذلك الصحافة الرقمية بأنها الأخبار التي أنتجت من أجل بيئة رقمية (Deuze, Mark & Witschge, 2018)، ويفرق البعض بين الصحافة الرقمية والصحافة التقليدية بأن الأولى هي التي يتم فيها بشكل أساسي استخدام كل من البريد الإلكتروني والهواتف المحمولة "الموبايل" والكمبيوتر اللوحي "tablet" والكمبيوتر المحمول "laptop" والتسجيل الصوتي الرقمي وتسجيلات الفيديو الرقمية (Mari, Will 2019)، ويعتبر الأساتذة والباحثون المتخصصون في مجال أخلاقيات الإعلام، ومنهم Stephen J. A. Ward "ستيفن وورد" أحد أشهر علماء أخلاقيات الصحافة في العالم، أن أخلاقيات الصحافة الرقمية والإعلام الرقمي أصبحت جزءاً أساسياً من اهتمامات باحثي الإعلام لمعالجة المشاكل الأخلاقية المرتبطة

بالممارسات والمعايير الخاصة بالصحافة الرقمية والإعلام الرقمي ،ويجب أن تقدم حلولاً للكيفية التي ينبغي ضبط وتنظيم استخدام الصحافة الرقمية بها في العصر الحالي.

ولقد استمرت القواعد والضوابط الأخلاقية الداعمة والمنظمة للصحافة لعقود مضت تركز على منظومة صحفية احترافية ليس لها منافسين من خارج الوسط الصحفي الاحترافي ،أما الآن فلقد أصبح الصحفي المحترف يعمل في الفضاء الرقمي جنباً إلى جنب مع الصحفي المواطن ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وفي ظل بيئة رقمية تتسم بالعديد من الإمكانيات التكنولوجية المتطورة مما أوجد نوعاً من أنواع المنافسة والمقارنة بين طبيعة المضامين المقدمة من الجانبين وقدرة كل جانب على صناعة محتوى يمكن تصديقه والثقة به ومدى الالتزام بالجوانب الأخلاقية في إطار هذا الخضم المتلاحق من البيانات والمعلومات وكذلك الإمكانيات غير المسبوقة في الاتصال والإعلام ،وبالتالي فإن القواعد الأخلاقية التي تنظم العمل الصحفي أصبحت تقع في دائرة حتمية التطوير حتى توازي كافة معطيات التغيير وما فرضه واقع تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام.

خلفية تاريخية موجزة حول تطور أخلاقيات الصحافة

تم تطبيق مفهوم أخلاقيات الصحافة على المستوى المهني عام 1910 عندما أصدر المهنيون في ولاية تكساس الأمريكية ميثاق شرف يضبط الصحافة لتحقيق التوازن بين حرية الرأي والتعبير واحترام الحرية الشخصية للأفراد ثم صدر في السويد بعد ذلك ميثاق الشرف المهني عام 1916 وفي نهاية الحرب العالمية الأولى اتفق الصحفيون على إبراز مهنة الصحافة كرسالة فكونوا الجمعية الأمريكية لمحرفي الصحف عام 1922 ،ثم تعددت بعد ذلك محاولات إصدار موثيق الشرف المهنية في عدد من الدول سواء الأجنبية أو العربية ،وفي عام 1939 صدر "عهد شرف الصحفي" في بورديو عن الاتحاد العالمي للصحفيين في مؤتمره السابع ثم صدر مثله بعد ذلك في المكسيك عام 1942 ،وفي عام 1971 صدر إعلان ميونيخ باتفاق نقابات الصحفيين في عدد من دول أوروبا كمرجع لكل موثيق الشرف المعتمدة بها حينئذ.

وعلى المستوى العربي فقد صدر أول ميثاق شرف في الصحافة المصرية والعربية عام 1953 أثناء انعقاد المؤتمر الأول للصحافة العربية في القاهرة والذي نص على توحيد كلمة الصحفيين العرب للدفاع عن المصالح العربية والحريات الصحفية والعامّة والتعاون لرفع مستوى أداء الصحافة العربية، ثم أقرت الجمعية العمومية لنقابة الصحفيين المصرية في عام 1964 لائحة آداب المهنة وتلاها عدة لوائح تم العمل وفقاً لها إلى أن تم العمل وفق ميثاق الشرف الصحفي الذي أقرته الجمعية العمومية لنقابة الصحفيين المصرية عام 1996 وأصدره المجلس الأعلى للصحافة في إبريل عام 1998.

ولقد بدأ بعض العلماء يفكر في الأخلاقيات الرقمية، وكان "جيمس مور" رائداً سابقاً من رواد فكرة الأخلاقيات الرقمية؛ إذ بحث في أخلاقيات الكمبيوتر (Moor, James 1985 & 2005) وعمل على السعي لتحليل طبيعة تكنولوجيا الكمبيوتر وآثارها الاجتماعية، وما يترتب على ذلك التحليل من صياغة لسياسات الاستخدام الأخلاقي لهذه التكنولوجيا، وتوالى التفكير والبحث في كل ما يتصل بالجوانب الرقمية من العمل الصحفي إلى أن جاءت أولى محاولات التأطير الأخلاقي للإعلام الرقمي، والتي تعود إلى أواخر التسعينيات؛ إذ بادرت هيئات تمثل ناشري الصحف الأمريكية - بالتعاون مع مؤسسات بحثية مختصة - إلى وضع أسس الأخلاقيات الرقمية منذ العام 1998، كمحاولة لمواجهة التأثيرات السلبية المحتملة للنشر الإلكتروني بشأن دقة الأخبار، وتجنب مخاطر استغلال قواعد البيانات، وتحقيق التوازن بين النزاهة المهنية والضغط التجارية ومنعاً لاستغلال المعلومات الشخصية.

وبالفعل أصبحت المتغيرات الرقمية جزءاً لا يتجزأ من الصحافة بفضل تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات حيث شهدت صناعة الإعلام والصحافة تطورات كبيرة خلال السنوات القليلة الماضية، مستفيدة من التقدم التكنولوجي الهائل في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، ومن اتجاه العديد من المؤسسات الصحفية والإعلامية نحو استخدام تقنيات الذكاء الصناعي **Artificial intelligence** وغرف الأخبار المدمجة، وظهور ما يسمى بصحافة الذكاء الاصطناعي **Artificial intelligence journalism**، وهي التي تعتمد

على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل البرمجيات أو الخوارزميات إضافة إلى الاستفادة من تلك التقنيات في الجوانب المهنية والإدارية في العمل الصحفي، وتتسم هذه الأخلاقيات في العصر الرقمي بشكل عام بأنها لم تتجاوز أو تلغ المنظومة الأخلاقية السابقة، بمصادر ها الدينية والفلسفية والقيمية المتنوعة، بل أقرتها وانطلقت منها؛ لكنها أضافت إليها حزمة جديدة من القواعد الأخلاقية ترتبط أساسا بحقول مثل سرقة الهوية والانتحال والتزييف واختراق الخصوصية وعدم احترام الحقوق الفكرية ومواجهة الإباحية والتلاعب بالصور والفيديوهات.

والباحثة تثير سؤالين يطرحان نفسيهما في ضوء البحث في مراجعة الجهود البحثية المتصلة بأخلاقيات الصحافة الرقمية ألا وهما: (س1) إلى أي مدى سارت دراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية متوازية مع تطورات العصر الرقمي فيما يتصل بالمفاهيم والمحاور المتعددة والإشكاليات والتحديات والقواعد الأخلاقية المختلفة التي ظهرت في الواقع المهني؟ (س2) وهل حقا تحتاج الصحافة الرقمية لمزيد من البحوث في شأن العمل المهني والأخلاقي بها؟

وحقيقة فإن الإجابة على السؤال الأول ليست يسيرة ولكنها تحتاج لمراجعات نقدية دقيقة وغير متحيزة يقوم بها عدد من الباحثين كما هو الحال في هذه الدراسة وغيرها من الدراسات النقدية ودراسات التحليل من المستوى الثاني حتى نتكشف فعلا إلى أي مدى سارت دراسات أخلاقيات العمل الإعلامي متوازية مع تطورات الصحافة والإعلام في المجتمعات والدول المختلفة وفقا لبيئات العمل المهنية المختلفة وذلك فيما يتصل بالمفاهيم والإشكاليات والقواعد الأخلاقية المختلفة التي ظهرت في الواقع المهني، وهو ما ستسعى الدراسة لمحاولة الإجابة عليه في القسم الأخير والخاص بنتائج الدراسة والمتصل بصياغة أبعاد الرؤية المستقبلية للتطوير.

والإجابة على السؤال الثاني تتطلب الوعي والعلم بمستجدات الوضع في الصحافة الرقمية وما ينبثق عنها من إشكاليات أخلاقية وهل بالفعل نتجت إشكاليات ومساائل أخلاقية تستحق مزيد من الجهد البحثي؟، والإجابة، كما أراها، هي نعم إذ أجمعت العديد من الدراسات أن الصحافة الرقمية باتت تعمل في بيئة جديدة تعكس واقع العصر الرقمي بما يفرضه من معطيات وتهديدات ومخاطر وبالتالي تحديات جديدة ولقد نتج عنها بالفعل بعض السلبيات – فيما يتصل بأخلاقيات العمل

الإعلامي - على الرغم من الإيجابيات والمزايا الكثيرة التي تحققت بها ،ومن ذلك على سبيل المثال مشاكل الانتشار السريع للإشاعات والدفع بالأخبار الكاذبة ،والمشاكل والتجاوزات المتصلة بانتهاك الخصوصية والتلاعب بالفيديوهات والصور "الفوتو شوب" والمشاكل المتصلة كذلك باستخدام الآلة والذكاء الاصطناعي بكل ما قد يترتب عليها من تبعات سلبية وتحديات تواجه الواقع الأخلاقي للمهنة ،وهناك أيضا المشاكل المتصلة بالاندفاع وراء السبق الصحفي أحيانا قبل التحقق من المعلومة ودقة الصورة والفيديو والمصدر نفسه أحيانا ،بالإضافة إلى إمكانية التشويش والتزييف والانتحال والسرقة بطرق وأساليب تكنولوجية حديثة والسعي وراء الإثارة والجري وراء أهم الأخبار في المتابعة والمقروئية "التريند" على حساب أخلاقيات المهنة ،ومن ثم فإن المشاكل والتحديات الجديدة تستوجب تنظيما وحلولا جديدة وبناء عليه فإن الجهد البحثي مهما ومطلوبا لرصد وتقييم وتقويم واقع أخلاقيات الصحافة الرقمية.

• موضوع الدراسة وحدودها المعرفية :

يدور موضوع هذه الدراسة حول تقديم رؤية مستقبلية لبحوث ودراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية ،وستعتمد الباحثة في ذلك على توصيف أهم الموضوعات البحثية التي اشتملت عليها بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية وتحليل اهتماماتها ونتائجها والنظريات التي اعتمدت عليها والمناهج والأدوات التي استخدمتها وحدودها البحثية ومن ثم الاستدلال من خلال إجمالي النتائج وحجم المعرفة الذي أتاحتها الدراسات على واقع أخلاقيات الصحافة الرقمية وعلى ما عالجه بالفعل الدراسات السابقة والبحوث من مشكلات وما ناقشته من مسائل متصلة بها ،وكذلك تقييم واقعها من أجل طرح رؤية مستقبلية لتطورها ومسيرة المتغيرات والتطورات التكنولوجية في العصر الرقمي.

• أهمية الدراسة :

تعود أهمية الدراسة إلى عدة أسباب منها :-

- تعتبر مرحلة المراجعة النقدية للممارسات البحثية السابقة ،كما هو الحال في هذه الدراسة، وما اشتملت عليه من موضوعات ومفاهيم ونظريات من أهم الخطوات لاستخلاص النواحي المستوفاة من جانب والنواحي التي لا تزال تعاني قصورا على الجانب الآخر مما يساعد بشكل أساسي في عملية التطوير والتجديد والإبداع.
- توفر الدراسة قاعدة بيانات تصنف -لا ترصد فقط- أبرز الدراسات في مجال أخلاقيات الصحافة الرقمية وتوصف كيفية تطورها وتوضح أبرز الأدوات والمناهج البحثية المستخدمة في هذا المجال وكذلك النظريات التي تم الاعتماد عليها في هذه الدراسات بما يفيد الباحثين بهذا المجال ،وبما ينعكس على تطوير هذا المجال البحثي.
- هذا بالإضافة لما يستفاد به من نتائج هذه الدراسة في وضع أهداف وتساؤلات ومشكلات بحثية جديدة فيما يتصل بأخلاقيات الصحافة الرقمية.
- الوقوف على أهم ملامح تطور الإنتاج العلمي في مجال أخلاقيات الصحافة الرقمية وتنوع اهتماماته في إطار رؤية مقارنة للمدارس الأكاديمية المختلفة في هذا المجال يفيد في وضع خريطة بحثية مستقبلية تتضمن طرح رؤي وتوجهات بحثية تسد النقص فيما لم يتم دراسته مما يتصل بأخلاقيات الصحافة الرقمية بدلا من التكرار أو التوجه البحثي لموضوع بعينه أو جزئية بعينها بشكل مكثف في الوقت الذي تخلو بعض الفروع والقضايا البحثية من الاهتمام بها في هذا الصدد- مع أهميتها -.
- كما أن هذه الدراسة ومثلها من الدراسات التحليلية والنقدية تعتبر خطوة مهمة للباحثين للتعويل عليها في بناء نظرية جديدة أو على الأقل صياغة فروض جديدة لنظرية قائمة بالفعل والعمل على الاستفادة منها في تطوير مستقبل بحوث ودراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية.
- ولا تقف حدود الاستفادة فقط عند هذا الحد الأكاديمي وإنما تمتد ليستفاد من نتائجها وملاحظاتها في تطوير الممارسات المهنية في العمل الصحفي ووضع قواعد للتنظيم الأخلاقي للصحافة الرقمية وهي الأمور التي باتت شديدة الأهمية في ظل تطور الصحافة وتطور المعطيات التكنولوجية والرقمية الحالية ،وبالتالي فإن هذه الدراسة ترتبط أهميتها بالتطوير على مستوى البحوث والتطوير كذلك على المستوى التطبيقي.

● أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسية، والتي تتمثل فيما يلي :

- تصنيف أبرز موضوعات البحوث والدراسات في مجال أخلاقيات الصحافة الرقمية في فترة الدراسة في العقد الأخير من 2011-2021 من حيث محاور اهتمامها الرئيسية والتي تكون بالتركيز إما على القائم بالاتصال أو على الجمهور أو على المضامين أو بالتركيز على آليات الحماية من موائيق وقواعد أخلاقية أو بالتركيز على التجاوزات المرتكبة أو على الهيئات الخاصة بتنظيم آليات التنظيم المهني ووضع القواعد الأخلاقية وإصدار موائيق الشرف أو بالتركيز على صحافة المواطن والتأثير المتبادل بينها وبين الصحف الرقمية أو ما يتصل بتطوير الأدوات والمناهج والنظريات لتلائم مع الواقع الحالي للصحافة الرقمية.
 - توصيف وتفسير كيفية تطور الإشكاليات والتحديات المتصلة بأخلاقيات الصحافة الرقمية خلال العقد الأخير من 2011-2021 وما أسفرت عنه نتائج الدراسات السابقة -محل الدراسة- بشأنها.
 - رصد أبرز الأدوات والمناهج البحثية المستخدمة في هذا المجال وكذلك النظريات التي تم الاعتماد عليها وذلك بغرض تقديم رؤية مستقبلية تعتمد على فهم ماهو قائم والوعي بمحدداته ومن ثم طرح رؤى لإمكانات التطوير المستقبلي.
 - المقارنة بين الموضوعات المتصلة بأخلاقيات الصحافة الرقمية والسمات المنهجية التي اتسمت بها بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية كما تظهر بين المدارس العلمية والاتجاهات البحثية العالمية المعاصرة بما يفيد في تقديم رؤية متطورة لمستقبل بحوث ودراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية.
 - تقديم رؤية مستقبلية لأجندة بحثية جديدة في مجال أخلاقيات الصحافة الرقمية، تنظم للعمل البحثي في هذا التخصص المهم والحيوي وبما يسهم في النهوض به وتطويره .
- منهجية الدراسة :

تقع هذه الدراسة في إطار الدراسات التحليلية والنقدية، ومن ثم فإنها لا تتوقف عند حدود تصنيف وتحليل الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية، وإنما تمتد لكي تقوم بتقديم رؤية نقدية حولها الأمر الذي يسهم في تطوير واقع المجال البحثي ومحاولة النهوض به، وذلك بالاعتماد على تحليل البيانات من المستوى الثاني لبحوث ودراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية العربية والأجنبية في العقد الأخير من 2011 - 2021 بغرض تقديم رؤية نقدية كاشفة تهدف للتطوير في هذا المجال البحثي المهم.

• مجتمع وعينة العرض التحليلي:

يتمثل مجتمع العرض التحليلي في الدراسات العربية والأجنبية الي تناولت أخلاقيات الصحافة الرقمية، وتمثلت العينة في الدراسات التي أجريت خلال الفترة من عام 2011- 2021 بمراجعة البحوث والدراسات من المكتبتين العربية والأجنبية مع الحرص على أن تكون تلك البحوث والدراسات مرتبطة بموضوع البحث وأن تعبر عن مدارس أكاديمية متعددة من مناطق جغرافية مختلفة وباستخدام أسلوب البحث التقليدي في المكتبات وكذلك البحث الإلكتروني من خلال محركات البحث على شبكة الانترنت وقواعد البيانات العربية والأجنبية 2021، وتسمح هذه الفترة عينة الدراسة والممتدة من 2011 – 2021 بتوفير مساحة زمنية لرؤية المشهد بشكل أكثر اتساعاً وعمقا وبخاصة مع تطور الصحافة الرقمية بكل إمكاناتها وتحدياتها وأشكال صحافة المواطن التي تفاعلت معها وعبرها.

ولقد تمثلت مصادر الاطلاع والمراجعة في: مواقع خمس دوريات علمية محكمة وهي "المجلة المصرية لبحوث الإعلام" و"المجلة المصرية لبحوث الرأي العام" الصادرتين عن كلية الاعلام بجامعة القاهرة و"المجلة العلمية لبحوث الصحافة" الصادرة عن قسم الصحافة بكلية الاعلام بجامعة القاهرة و"المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال" الصادرة عن جامعة الأهرام الكندية و"مجلة البحوث الإعلامية" الصادرة عن جامعة الأزهر كلية الإعلام، بالإضافة إلى الاستعانة بمكتبة كلية الإعلام بجامعة القاهرة بما تتضمنه من رسائل الدكتوراه في مجال أخلاقيات الصحافة الرقمية، وكذلك قواعد البيانات الإلكترونية العربية والتي تمثلت في: قاعدة بيانات "بنك

المعرفة المصري" وقاعدة بيانات "دار المنظومة" وقاعدة بيانات "اتحاد مكتبات الجامعات المصرية"، وتمثلت قواعد البيانات الالكترونية للدراسات والبحوث الأجنبية في " Google scholar " و " Research Gate " و " Academia " و " Elsevier " و " Sage " و " Publication".

ويمكن تقسيم الدراسات السابقة وبيان مجتمع العرض التحليلي فيما يلي:

المؤشرات الكمية والإطار الزمني:

شملت البحوث العلمية المنشورة في الدوريات العلمية خلال العقد الأخير 2012-2022 وكذلك رسائل الدكتوراه خلال نفس الفترة، ولقد بلغ إجمالي الدراسات (149 دراسة) بواقع 25 دراسة (أوروبا) و 21 دراسة (أمريكا الشمالية) و 19 دراسة (آسيا) و 17 دراسة (إفريقيا) و 16 دراسة (أمريكا اللاتينية) مقسمين كالتالي:

جدول رقم (3) "المؤشرات الكمية للبحوث محل الدراسة "

نوع البحوث محل الدراسة	عدد البحوث
الدراسات العربية محل البحث	51
الدراسات الأجنبية محل البحث	98

ويمكن تقسيم الدراسات السابقة التي استفادت منها الباحثة فيما يتصل بأخلاقيات الصحافة الرقمية سعياً لتقديم رؤية مستقبلية لتطورها إلى عدد من المحاور الرئيسية جاءت كالتالي:-

أولاً:-دراسات تتصل بالقائم بالاتصال ودوره واحتياجاته والعوامل المؤثرة عليه وإشكاليات اتخاذ القرارات المهنية في الصحافة الرقمية، ومن ذلك دراسة (حمدي عبدالقوي، محمود عبدالمنعم، رباب 2020) برصد تأثيرات النشر الإلكتروني على أساليب الممارسة الأخلاقية في الصحافة المحلية بشمال الصعيد وعن طريق تحليل المضمون مع تطبيق استبيان على 100 صحفي وإجراء عدد من المقابلات المتعمقة أثبتت الدراسة كثرة السرقات الصحفية والتحيز وعدم مراعاة الدقة في نشر الأخبار، وأكدت الدراسة أنه كلما ارتفع مستوى المفارقة

القيمة لدى الصحفيين قل مستوى التزامهم بالمعايير المهنية والأخلاقية الصحفية، ومن الدراسات ما اتجه فيه الباحثون لرصد ما يحتاج القائم بالاتصال فيه لمزيد من التطوير فوفقا لدراسة (العشري، وائل، 2020) فلقد ثبت الاحتياج إلى دليل ينظم استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك بحسب أغلب آراء الصحفيين 200 صحفي، وهذا يتفق مع رأى غالبية الصحفيين عينة الدراسة المكونة من 30 صحفيا في "مصرأوي" و"الوطن" أن أهم المؤهلات المهنية الواجب توافرها فى المصور الصحفى كقائم بالاتصال أن ينقل الحدث بكل زواياه وهذا ما يجب أن يتم تنظيم العمل على أساسه (ابراهيم، فتحي، 2020)، ولقد أظهرت دراسة (صبيح، يسرا، 2019) في هذا الإطار التزام الصحفيين بموقع اليوم السابع بمحددات المسؤولية الاجتماعية، ومن أجل هذا تطالب دراسة (عادل، يسرا وآخرون، 2018) بتعليم وتدريب الإعلاميين بشكل مستمر بالاعتماد على مدخل الاندراغوجيا وبالاستفادة من آراء 60 صحفيا بما يشجع على خلق حالة من عدم الاستقرار المهني والموضوعي في طرح الأخبار الأفكار الإعلامية، وتصدت دراسة (عبدالرحمن الزعبلأوي، فوزي، 2017) لبحث التوجهات المهنية للقائمين بالاتصال نحو ضوابط النشر الصحفى الالكتروني في مصر وأوضحت النتائج أن القائمين بالاتصال (75) صحفيا فى مواقع الصحف الالكترونية يرون أن "عدم وضوح السياسة التحريرية" من أهم التحديات التى تواجه النشر الصحفى الالكترونى. وعلى الجانب الآخر فإن من الدراسات ما اهتم بسياسات الصحف ومنها الصحف الرقمية ورؤية القائم بالاتصال لذلك، ومنها دراسة (عبدالعزيز، ياسر، 2017) التى سعت لقياس مدى إدراك الصحفيين لآليات ضبط الأداء بالتركيز على عناصر التنظيم الذاتى وبتطبيق الاستبيان على 159 صحفى أوضحت الدراسة أن هناك رغبة لدى معظم الصحفيين في ضرورة وجود ميثاق شرف داخلي لضبط الاداء، وفي هذا الصدد اهتمت دراسة (صبري، ميرال، 2016) حماية النشر الصحفى على الانترنت وما يرتبط بذلك من أخلاقيات الممارسات المهنية وتوصلت الدراسة عن طريق الاستبيان الذي وزع على الصحفيين (125) صحفى إلى عمل صحفىي الصحف الالكترونية على احترام الملكية الفكرية وقانون حماية المعلومات.

ومن الدراسات ما اهتم ببحث الضوابط المهنية الحاكمة لآليات الممارسة (درويش، شريف، 2014)، وأوضحت الدراسة أن احتياجات الاعلاميين في البيئة الرقمية هي ذاتها في البيئة التقليدية ولكنهم يتمتعون بمزيد من تنوع المصادر مع حرية التعبير ، ومنها ما اهتم بالتعرف على أخلاقيات الإعلام الجديد في المواقع الإلكترونية (رحيم، فريد، 2014) بالتطبيق على عينة من العاملين في المواقع الإلكترونية العراقية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح على عينة عشوائية من محررين ومشرفين يعملون في مواقع إلكترونية وتوصلت الدراسة إلي أن غالبية محرري المواقع الإلكترونية يرون ضرورة الالتزام بدليل إرشادي أخلاقي لمنتجي الإعلام الجديد، بينما اهتم البعض ببحث حماية الإعلاميين من العنف أثناء الأزمات (حسن الجندي، حنان، 2013)، وبالاعتماد على منهج المسح وتطبيق الاستبيان مع 400 صحفي وعدد من المقابلات المتعمقة أظهرت نتائج الدراسة أن مصر تحتاج لتطوير نماذج حماية أكثر تطوراً للصحفيين وخاصة في ظل تطور التهديدات والمخاطر عبر وسائل اتصالية وتكنولوجية متطورة في هذا العصر الرقمي، ومن الدراسات (محمد عبدالعزيز، فداء، 2013) ما اهتم باستخدام الصحفيين لمصادر الأخبار وإلى أي مدى يعكس ذلك تحيزاً وأثبتت الدراسة عن طريق تحليل المضمون وجود التحيز فعلياً في صحف الدراسة الواشنطن بوست والنيويورك تايمز والاندبندنت والجارديان وذلك على الرغم من إمكانات التدقيق والتحقق المتطورة في العصر الرقمي.

ولقد تطرقت بالفعل دراسات متعددة لدراسة القائم بالاتصال وتأثير التطورات في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على قراراته المهنية وأخلاقيات الصحافة كما تتبدى من الممارسة المهنية ومن ذلك دراسات مثل دراسة (Monti, Matteo 2019) ودراسة (Seth C. , 2015) ودراسة (Lewis & Oscar Westlund 2018) ودراسة (Galily, Yair 2018) ودراسة (Konstantin Nicolas Dorr & Katharina Hollnbuchner, 2017) التي انشغلت برصد وفهم التحديات والصعوبات المتصلة بأخلاقيات الصحافة الرقمية والممارسات المهنية للقائم بالاتصال بعد التطورات التكنولوجية المتلاحقة في عالم الاتصال والصحافة وتبعات العمل بالذكاء الاصطناعي في الواقع وآليات مواجهة تلك التحديات وفهم الآثار المتصلة بالعالم

الرقمي والذكاء الاصطناعي، والتي أشارت على الترتيب إلى أنه لا بد من إعادة صياغة القواعد الأخلاقية التي تنظم العمل الصحفي بما يتسق مع معطيات العصر الرقمي وكل ما أضحي يميز العمل الصحفي الرقمي الحالي، وأن تنظيم الصحافة في أوروبا وبخاصة في إيطاليا سواء من الناحية التشريعية ومن الناحية الأخلاقية تم فيه تنفيذ عدة أطر جديدة لصياغة الموضوعات المتعلقة بالصحافة الآلية، وأن الذكاء الاصطناعي لا يزال يمكن توجيهه والتحكم به تماما من العنصر البشري وهو ما يؤدي إلى الاطمئنان بشأن عدم جموح الناتج الصحفي النهائي حتى الآن وأن التحديات الأخلاقية الجديدة أوجدت نوعا جديدا من المسؤولية على الصحفي يتصل بقيم الموضوعية والشفافية والتحرير.

أما المقارنات على مستوى الدول فيما يتعلق بالقائم بالاتصال فتأتي دراسة **Zvi Reich** و **Yigal Godler** (2012) لتدرس الاختلافات بين إدراك القائم بالاتصال لمفهوم الموضوعية في تغطية الاخبار في 18 دولة منها مصر، من خلال توزيع استمارة استبيان على عينة بلغت 1800 مبحوثاً عبر الهاتف والمقابلة الشخصية، وأشارت النتائج إلى أن نمط الملكية وانتشار ثقافة الديمقراطية والأيدولوجية الشخصية أهم العوامل المؤثرة في ذلك مما يؤكد تأثير البناء الاجتماعي على القائم بالاتصال، وتأتي دراسة **Roses, Sergio & Battle, Farias** (2013) لتعقد مقارنة بين الصحفيين في أسبانيا وأمريكا في دورهم ومدى التزامهم بالمعايير المهنية من خلال استمارة استبيان طبقت عبر الهاتف على 762 صحفياً أسبانياً و 402 صحفياً أمريكياً، وقد أظهرت النتائج وجود اختلافات بين القائم بالاتصال في كلا البلدين فيما يتعلق بسلوكيات المهنة ونظرتهم لطبيعة دورهم في المجتمع مثل اختراق الخصوصية والعمل تحت غطاء السرية، وأشارا لأهمية الأنظمة الإعلامية في تشكيل القيم المهنية.

كما تناولت بعض الدراسات الأجنبية المعايير الأخلاقية من منظور الأداء المهني للقائم بالاتصال، ومنها دراسة **Jan Leach & Jeremy Gilbert** (2012) لترصد الممارسات الأخلاقية للصحفيين عند استخراج البيانات Data Mining في تقاريرهم الخبرية، بالتطبيق على عدد من القائمين بالاتصال في الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد توصل الباحثان إلى تمسك

الصحفيين بأخلاقيات الشفافية والأمانة في العرض والدقة ، مع وجود تحديات أخلاقية تتعلق بالخصوصية وسرية البيانات.

ثانياً:-دراسات تتصل بأخلاقيات/تجاوزات صناعة المحتوى والمضمون المقدم في ضوء بيئة

العمل في الصحافة الرقمية، ولقد ناقشت دراسة (حمدي، أسماء، 2019) في هذا الصدد الضوابط الأخلاقية التي يستند إليها القائم بالاتصال في معالجة المضامين الاقتصادية في المواقع الاقتصادية المتخصصة "المال" و"أموال الغد" و"الاهرام الاقتصادي" وأوضحت نتائجها وجود العديد من الممارسات المهنية الخاطئة وأرجعت ذلك إلى متطلبات بيئة العمل في المواقع الالكترونية وعدم وجود التأهيل المهني والأكاديمي المناسب، ومن الدراسات كذلك دراسة (التلاوي، رباب، 2018) التي سعت للتحليل الأخلاقي للخطاب الإعلامي في المواقع الإخبارية الالكترونية "الموقع الرسمي لصدى البلد" و"فيتو" و"بوابة الوطن" و"شبكة رصد الإخبارية" وأوضحت نتائجها ارتفاع معدلات التحيز في الخطاب الإعلامي ، ، ولقد اهتمت دراسة (Narwal, 2018) ببحث أنواع مصادر وأنواع وتطور الأخبار الزائفة في وسائل الإعلام الرقمية وأوضحت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تعمل كسيف ذي حدين فهي تنشر الأخبار بسرعة كبيرة وتسهم في انتشارها بين الجمهور سواء كانت صحيحة أو مضللة وكاذبة، ولقد جاءت دراسات تبحث في محددات وسياسات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الالكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي ومن خلال تحليل محتوى المواقع "اليوم السابع" و"فيتو" ومدى وضوح المسؤولية الأخلاقية لمقاطع الفيديو من خلال احترام حقوق الفرد والكرامة الإنسانية ووجود بعض المظاهر السلبية كذلك في وجود مقاطع تحمل نماذج العنف وتخرج عن الآداب العامة وأوضحت أن النسبة تكاد تكون متقاربة بين التعليقات السلبية والتعليقات الإيجابية على هذه المشاهد، وفي هذا السياق الأخلاقي جاءت دراسة (جلال، سناء، 2015)، حول دور صحافة المواطن في نشر الشائعات وفي مقاومتها في الوطن العربي والتي حلت فيها صفحتين عربيتين على فيسبوك "ده بجد" و"هيئة مكافحة الشائعات" ، وتم استخدام

أداة تحليل المضمون لتحليل جميع الملصقات posts، وتوصلت الدراسة إلى أن الدور الأكبر لهذه المنصات يتمثل في خلق ونشر الشائعات وأن التلاعب في الصور الفوتوغرافية والتلاعب في لقطات الفيديو واختلاق معلومات غير صحيحة تمثل أبرز طرق إنتاج الشائعات في هذه المنصات.

وهناك من الدراسات ما ركز على الأخلاقيات في مقابل التجاوزات بشكل عام ومن ذلك دراسة (أبوالعز، إنجي، 2018) حول الجوانب الأخلاقية والمهنية بالصحف المصرية خلال فترات التحول السياسي والتي أوضحت غياب المسؤولية الاجتماعية من صحف الدراسة "الأهرام" و"الوفد" و"الحرية والعدالة" و"المصري" و"الشروق" أثناء الفترة من 2011-2013، ودراسة (عادل، نانسي، 2016) حول التداخيات الأخلاقية لانتهاك الصحافة لخصوصيات مصادر المعلومات في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية بالتركيز على النموذج الصحفي البريطاني في الفترة من 2000-2016، وأوضحت النتائج أن آليات التنظيم الذاتي المنبثقة عن تلك النظرية فشلت في ضبط ممارسات الصحافة ولم تشكل ردعا للتجاوزات، ودراسة (منصور خيري، ماري، 2016)، حول تأثير نمط الملكية والمنافسة على معالجة الصحف المصرية لقضايا الصحافة والعلاقات بين الصحفيين بالاستعانة بأداتي تحليل القوى الفاعلة ومسارات البرهنة التي أوضحت أن الصحف اكتفت بالمعالجة الجزئية لقضية أخلاقيات الصحف وتبين تأثير نمط الملكية في إغفال جريدة الجمهورية لتجاوزات الصحف القومية وتركيزها على الصحف الخاصة ولم يلتزم جانب كبير من الصحفيين بأخلاقيات المهنة مثل توجيه الاتهامات دون أدلة لبعضهم البعض وتبادل الأوصاف الساخرة غير اللائقة وهو ما عكس صورة سلبية للصحافة.

ثالثاً: دراسات تتصل بالمواثيق المهنية ومدونات السلوك والقواعد الأخلاقية وآليات تطويرها لمواجهة الإشكاليات والتحديات المستجدة التي تواجه الصحفيين في الصحافة الرقمية، ومنها دراسة (متولي عرفات، إيمان، 2018) التي سعت فيها لوضع مشروع ميثاق أخلاقي للصحافة الالكترونية بدول مجلس التعاون الخليجي وذلك بالاستناد إلى تجارب المواثيق الأخلاقية العربية، ودراسة (علال، حنان، 2019) التي عيّنت بتحليل العديد من النماذج العالمية والعربية لمدونات

أخلاقية متصلة بالإعلام الجديد مثل: (دليل الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار - دليل وكالة الأنباء الفرنسية) وأثبتت الدراسة أن إشاعة الوعي والقيم وتحفيز الوازع الأخلاقي هو السبيل لتطبيق الصحفيين لتلك القواعد الأخلاقية، ودراسة (عمار، شهرزاد وبوعمامة العربي، 2016) التي اهتمت ببحث تأثير التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على المهنة الصحفية والعمل الصحفي سواء شكلا أو مضمونا وقارنت بين عدد من موائيق الشرف ومدونات السلوك على مستوى المؤسسات الإعلامية في العالم وأظهرت أن هناك بالفعل تحديات أخلاقية كثيرة برزت في البيئة الرقمية تحتاج الصحف لتضمينها في موائيقها الأخلاقية، وفي السياق ذاته جاءت دراسة (Jesus Díaz-Campo., & Francisco Segado-Boj, 2015) لتقارن بين موائيق الشرف المهنية في 99 دولة حول العالم وكيف استطاعت أن تكيف القواعد الأخلاقية المكتوبة بها مع تكنولوجيا الاتصال المتطورة ومع الانترنت وما فرضه من تطورات ووجدت الدراسة أن أكثر موائيق شرف مهنية أخلاقية متقدمة هي تلك الخاصة ببريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية والنرويج.

رابعا: دراسات تتصل بقواعد أخلاقيات المهنة والتجاوزات الناشئة عن اختراقها، ومنها دراسة (خلف ملح، حبيب، 2021) حول تقنيات التزييف العميق deep fake والتي بحث فيها في تأثيرات التزييف العميق على مصداقية الاعلام الاليكتروني وأثبتت نتائج هذه الدراسة كيفية تأثيره السلبي على المصداقية بالفعل، ودراسة (صفوت، ليديا، 2020) حول أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية المصرية والتحديات التي تواجهها وتطبيق الاستبيان (125) مبحوثا والمقابلات المتعمقة (10) من الصحفيين أظهرت النتائج التزام غالبية القائمين بالاتصال في مواقع مؤسسة الأهرام والبوابة نيوز بالأخلاق المهنية العامة للعمل الصحفي وتطبيقها في التعامل مع خصوصية النشر الصحفي الاليكتروني، وهناك دراسات سعت لرصد أخلاقيات الصور الرقمية ورصد أهم صور التجاوزات بها ووضع تصور اخلاقي للتعامل معها، وفيما يتعلق بالدراسات المقارنة توصلت دراسة (إيهاب،منة، 2018) التي قارنت بين موائيق الشرف الخاصة بالصورة الصحفية إلى أن المؤسسات الصحفية المصرية لا تزال بحاجة لتطوير قواعد أخلاقية تضمن صوراً صحفية أكثر دقة وموضوعية في العصر الرقمي بكل ما فيه من إمكانات

ووسائل تكنولوجياية ،ولقد أثبتت دراسة (عبدالعزيز، عزة، 2013) أن العوامل الدينية، من وجهة نظر الخبراء (100) هي السبب وراء تنميط stereotyping صورة المرأة العربية في الاعلام الغربي، أما دراسة (الدبيس، عبدالكريم، 2013) التي سعت للكشف عن واقع الممارسة المهنية للصحافة الالكترونية الأردنية، وبعد بحث مدى الالتزام توصلت الدراسة لوجود مأخذ عليها مثل الانتقائية وانتهاك الحريات.

خامسا:-دراسات تتصل بالهيئات المنظمة لشئون الصحافة والعاملة على تطوير قواعد أخلاقية

ضبط العمل الصحفي، ولقد اهتمت عدة دراسات بهذا المحور مثل دراسة (J.C. Suarez و Villegas, 2015) والتي اهتمت بتحليل رؤية لجنة أخلاقيات الصحافة التابعة لاتحاد الصحفيين الأسباب حول الصحافة عبر الإنترنت، واستهدفت تحديد ما إذا كانت مدونة الأخلاقيات التي أصدرتها اللجنة تحقق معايير منهجية واقعية يمكن أن تسهم في حل المشكلات الأخلاقية التي ظهرت في الصحافة عبر الإنترنت، وقامت بإجراء تحليل كمي للقرارات التي أصدرتها اللجنة خلال السنوات العشر من تاريخها (2004 – 2014) ، وتحليل الشكاوى التي تعالجها اللجنة أظهرت النتائج ندرة قرارات اللجنة واهتمامها بحماية الحقوق الشخصية وعدم حلها لمشاكل تتصل بالدقة والواقعية، ومثل دراسة (ابراهيم بسيوني، محمد، 2013) دور نقابة الصحفيين في أزمت الصحافة والإعلام كمرجعية أخلاقية ومهنية لمواجهة المخالفات الصحفية خاصة بعد ثورة 25 يناير في مصر ومسارات العمل النقابي في إطار الآليات المخولة لها – نموذج إدراك المخاطر risk perception model ونموذج تحديد الثقة the trust determination model والذي يقوم على بناء الثقة واتخاذ الخطوات المطلوبة تدريجيا لبناء الثقة وباستخدام التحليل الكيفي للمواد الإخبارية والتحليل الكمي والكيفي لبيانات نقابة الصحفيين وأداة الملاحظة بالمشاركة وجلسات حوار بؤرية مع الصحفيين ومراجعة نتائج تقارير منظمات المجتمع المدني، أظهرت الدراسة ضرورة تفعيل دور اللجان النوعية بالنقابة وتفعيل الالتزام بميثاق الشرف الصحفي ومحاسبة المخالفين له.

سادسا:-دراسات تتصل بالجمهور وعلاقته بأخلاقيات الصحافة الرقمية، ومن ذلك دراسة (عبدالحميد، عمرو، 2020) التي سعت للكشف عن توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج

المحتوى الإعلامي، وبحثت كذلك الدراسة في إدراك الجمهور لمصادقية المحتوى المنتج عبر الذكاء الاصطناعي (400 مفردة) وأوضحت النتائج فيما يتصل بتقييم الباحثين لمدى نجاح توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام أن مجال "الدرشة الآلية عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي **Chatting Automated**" جاء في الترتيب الأول، ودراسات أخرى ركزت على اتجاهات الجمهور نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية وبالتطبيق وأوضحت نتائج الاستبيان أن غالبية الجمهور يؤكد التزامها بدرجة متوسطة بالمسؤولية الاجتماعية، ومن ذلك دراسة (Colliander, Jonas, 2019) والتي بحثت في النتائج المترتبة على ردود أفعال الجمهور كما تبدو في التعليقات على المضامين المقدمة عبر المواقع المختلفة وباستخدام المنهج التجريبي وتطبيق استبيان على عينة من 800 مفردة توصلت الدراسة إلى أن تعليقات القراء تؤثر في توجهات القراء وإدراكهم لمدى كذب المضامين أو صدقها، وفي السياق ذاته جاءت دراسة (خالد جيجان، 2017) التي سعت لرصد توجهات النخبة العراقية (210 مفردة) نحو مدى التزام المواقع الإلكترونية العراقية بأسس الممارسة الصحفية المسؤولة اجتماعياً وأوضحت النتائج عدم رضا النخبة العراقية بشكل عام عن ملامح مضامين المعالجة المقدمة في المواقع العراقية الإلكترونية، ودراسة (جابر هاشم، منى، 2015) حول المعايير المهنية والأخلاقية وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق الاستبيان على (200) مفردة من الجمهور العام أوضحت النتائج أن 76% لا يتحرى عن الخبر من مصادر أخرى وأن ارتفاع مستوى التعليم يؤثر في الثبوت من المعلومة وأن كل توجه يصدق ما يتسق مع افكاره ورؤيته، وكذلك دراسة (الشهاوي، سماح، 2014) حول تأثير مصداقية الصحف الإلكترونية المصرية على استخدام الشباب لها ووفق مقياس للمصداقية بني على الموضوعية والدقة وعمق التغطية والالتزام بأخلاقيات المهنة والتفاعلية وتطبيق استبيان على 200 مفردة أظهرت النتائج أن الصحف المصرية الإلكترونية تعاني من بعض المشكلات المتعلقة بالموضوعية.

سابعا: -دراسات تتصل بالوسيلة في المجال الصحفى وما يتصل بأخلاقيات صحافة المواطن على وجه التحديد ومنها دراسة (يسرا محمود صبيح، 2019) حول المسؤولية الاجتماعية

والأخلاقية لصحافة المواطن عبر الإعلام الرقمي ومعرفة رؤية القائمين بالاتصال للمسئولية الاجتماعية والأخلاقية لصحافة المواطن عبر الإعلام الرقمي وبالاعتماد على المقابلة المتعمقة مع صحفيي موقع اليوم السابع تشير نتائج الدراسة إلى وجود قدر كبير من المسئولية الاجتماعية والأخلاقية لدى المواطن الصحفي، وهناك دراسات بحثت أخلاقيات المهنة الصحفية في صحافة المواطن ووأوضحت نتائج الدراسة أنه لا توجد قواعد أخلاقية رسمية تغطي الصحافة الالكترونية ولا توجد سياسة محددة واضحة لتصحيح أخطاء صحافة المواطن ومن ذلك دراسة (Okpara,Ngozi, 2015) فقد بحثت في الجوانب الأخلاقية لممارسات صحافة المواطن في نيجيريا أثناء الانتخابات الرئاسية 2015 وإلى أي مدى طبقت صحافة المواطن مبادئ المسئولية الاجتماعية في تغطيتها للانتخابات الرئاسية، وباستخدام تحليل المضمون توصلت الدراسة إلى أهمية موثيق الشرف لضبط صحافة المواطن التي وصفها بالسلطة الخامسة، واستهدفت دراسة (عبدالحافظ، أحمد، 2015) التعرف على المعايير الأخلاقية التي تضعها المواقع الإخبارية لنشر تعليقات القراء بالرقابة أو حذف التعليقات ومدى قيام الموقع ورصد أشكال الانتهاكات الأخلاقية في التعليقات ومدى التزام القراء بأخلاقيات النشر في التعبير عن آرائهم، وعن طريق تحليل مضمون تعليقات القراء أوضحت النتائج زيادة حجم تجاوزات القراء كلما انعدمت أو قلت الرقابة، واهتمت دراسة (Mazyle, Jolanta, 2015) ببحث المسئول عن التعليقات المنشورة في البوابات الإخبارية عبر الإنترنت في ليتوانيا والقواعد التي تحكم الممارسات في البوابات والمواقع الإخبارية فيما يتعلق بالمسئولية عن التعليقات المنشورة ومدى التزام القراء بأداب وأخلاقيات التعليقات، وتحليل الوثائق الأخلاقية أوضحت النتائج وجود تجاوزات بالفعل وعدم التزام المستخدمين بالقواعد الأخلاقية.

ثامنا: دراسات تتصل بأخلاقيات الصحافة الرقمية في ضوء تطور الأدوات التكنولوجية وآليات

استخدامها في الصحافة الرقمية، وفي الأغلب فإن الدراسات الأجنبية هي أكثر اهتماما بهذا المحور، إلا أن ذلك لا يعني تجاهل الباحثين بالمدرسة الأكاديمية العربية تماما لدراسات ذلك المحور إلا أنها بالفعل قليلة ولا تزال تحتاج للمزيد والمزيد من الجهد البحثي، ومن ذلك دراسات اهتمت بكيفية الاستفادة من سلاسل الكتل Blockchain مثل دراسة Saqaf-AI W

و(Edwardsson Picha M (2019) حول استخدام تقنيات التشفير لتحفيز إنتاج محتوى صحفي عالي الجودة وتعزيز مصداقية الأخبار وربط القارئ بالناشر أو منتج المحتوى بشكل مباشر، ويحقق هذا النموذج درجة أكبر من اللامركزية والمساواة والشفافية والمساءلة، مما يقلل من تأثير الوسطاء مثل المعلنين وأصحاب رؤوس الأموال وأصحاب وسائل الإعلام، وحول كشف الأخبار الوهمية سعت دراسة (Shovon, Paul (2019 باستخدام Blockchain لمناقشة طريقة للكشف عن وهمية القصص الإخبارية وتم استخدام مفهوم اللامركزية، والعقود الذكية واستخدام خوارزمية BFS لحساب القرب من المستخدم ومن أهم نتائج الدراسة أن الطريقة المقترحة في هذه الدراسة ستكون مفيدة للكشف عن الأخبار المزيفة، وكذلك بحثت دراسة (Bode & Vraga, 2018) في كيفية الحد من انتشار الأخبار الكاذبة والمغلوطة وذلك باستخدام النظم الخوارزمية والتي ينبغي أن يعيها القائم بالاتصال أو عن طريق المستخدمين أنفسهم، كما بحثت دراسة (Konstantin Nicolas Dorr & Katharina Hollnbuchner, 2017) في تحليل التحديات الأخلاقية لصحافة الخوارزميات بناء على نظريات علم الأخلاق وأشارت نتائج الدراسة إلى تحدي أخلاقي مهم ومستحدث يواجه الصحافة الآلية يتمثل في تطوير وتقنين المبادئ التوجيهية الأخلاقية للجهات الفاعلة غير الصحفية ألا وهم المبرمجون.

ولقد اهتم عدد من الباحثين -وبخاصة في الدراسات الأجنبية- بكيفية كشف ومكافحة الأخبار الكاذبة والمضللة من منظور الأمن السيبراني وخوارزميات الذكاء الاصطناعي فتضمنت دراسة (Feyza Ozbay & Bilal Alatas, 2019) استخدام خوارزميات التحسين التجريبية للتغلب على الأخبار الكاذبة والمضللة عبر مراحل متتالية تبدأ بمعالجة البيانات وتشمل خوارزميات محددة وتنتهي باستخدام النموذج المقترح للاختبار، وفي السياق ذاته اهتمت دراسة (Zhang, Jiawie, 2019) بالبحث في المبادئ والخوارزميات التي تكشف المقالات الإخبارية التي تحتوي على معلومات مضللة وكاذبة وتمت الدراسة اعتمادا على موقع ويب مدقق للحقائق Politicalfact وقدمت الدراسة نموذجا مستحدثا لمعرفة مدى مصداقية الأخبار تلقائيا Fakedetector، كما تم تطوير أدوات لمتابعة ورصد التجاوزات عبر تويتر والمواقع

والصفحات والصحف التي تتبنى أية تجاوزات رفعت من خلال تويتر مثل دراسة (Procter,)
 Rob & others, 2012 والتي تصدت لدراسة آلية نقل الأخبار وانتشارها عبر المواقع ووسائل
 التواصل الاجتماعي باستخدام تقنيات خاصة مثل "Natural Language Processing".

التحليل النقدي للدراسات العربية والأجنبية في مجال أخلاقيات الصحافة الرقمية

نتائج الدراسة التحليلية والنقدية للدراسات السابقة فيما يتصل بتصنيف الموضوعات التي
 تناولتها وما تعتمد عليه من نظريات وأدوات ومناهج وتتبع نتائج هذه الدراسات ما يلي:

أولاً:- سمات وملامح عامة تنسم بها المدارس العلمية محل الدراسة ،يمكن توضيح أهمها فيما
 يلي:

جدول رقم (4) "السمات المميزة للمدارس الأكاديمية المختلفة المقدمة للبحوث محل الدراسة "

أهم الملاحظات وسمات البحوث المقدمة بها	نوع المدرسة العلمية
تحتاج تطوير مداخلها النظرية -يسيطر تحليل المضمون على بحوث الأخلاقيات - يتم التركيز على نظرية المسؤولية الاجتماعية بشكل ملفت – تنسم بالبحوث الفردية - المدرسة المصرية والجزائرية لهما ثقل متميز في كم وكيف البحوث داخل المدرسة العربية.	المدرسة العربية في بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية
الربط بين التحليل والتقويم بالاعتماد على الادوات البحثية المتعددة واستغلال وسائل التقنية الحديثة – العمل في إطار فرق بحثية – الثراء والتنوع في استخدام الأدوات البحثية والمداخل النظرية – لها السبق في العديد من المفاهيم والمداخل النظرية في بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية – بها مراكز ومجلات علمية متخصصة –قدمت دراسات متميزة	المدرسة الأمريكية في بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية

حول مدونات السلوك ومواثيق الشرف المهنية.	
تركز على تحليل المضمون وهي في ذلك تتشابه مع المدرسة العربية - تهتم إلى حد كبير بقضايا الفساد الأخلاقي للصحفيين والاستغلال السيئ للتكنولوجيا الرقمية - ليست لديها رؤية نظرية متميزة بل أحيانا تغفل هذا الجانب - تهتم بالأرقام والإحصاءات لحد كبير - جنوب إفريقيا ونيجيريا من المدارس المهمة في النسق الإفريقي.	المدرسة الإفريقية في بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية
قدمت اسهامات بحثية جديدة سبقت بها غيرها منها الاهتمام بالتهديدات الرقمية وآليات التتبع الرقمي للأخبار المضللة والشائعات والدمج بين البرمجة وعلوم الإعلام وأخلاقياته- مدرسة رائدة في تطوير الأدوات البحثية والاستفادة من البحوث الكمية والكيفية - تحظى صحافة المواطن وأخلاقياتها باهتمام كبير فيها.	المدرسة الأوروبية في بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية
تقدم تنوعا ملحوظا في السنوات الأخيرة في كم وكيف البحوث الخاصة بأخلاقيات الصحافة الرقمية - تتنوع فيها داخليا القضايا والاهتمامات محل البحث - بها مدارس مميزة مثل المدرسة الصينية والباكستانية والهندية.	المدرسة الآسيوية في بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية
هي مدرسة علمية أقرب للمدرسة الأكاديمية الأمريكية في الأدوات والمناهج البحثية والمداخل النظرية - تركز البحوث بها على الربط بين القائم بالاتصال والحكومة وتأثيرها في أخلاقيات الصحافة الرقمية - قضايا الفساد وعلاقتها بالتجاوزات تشغل حيزا كبيرا من اهتمامها.	مدرسة أمريكا اللاتينية في بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية

ثانياً:-

بالنسبة للموضوعات محل الدراسة في كل من البحوث والدراسات المتصلة بأخلاقيات الصحافة الرقمية فلقد جاءت موضوعات محددة هي الأبرز مثل ما يتعلق بالممارسات الصحفية وسلبياتها، وما يتصل بالتجاوزات على مستوى التغطية الصحفية، والسياقات التي يعمل فيها القائم بالاتصال وأثرها على مستوى المهنية والالتزام بالمسئولية الاجتماعية، والمقارنة بين الصحف في الالتزام بالقواعد الأخلاقية وتطبيقها والمقارنة بين القواعد الأخلاقية المتعددة في المواقع والمؤسسات الصحفية والإعلامية المختلفة، بينما على الجانب الآخر توجد موضوعات لم تحظ بنفس الاهتمام ومنها ما يتعلق بالجمهور وتقييمه لأخلاقيات الصحافة الرقمية ومصدقيتها وانعكاسات الممارسات المهنية بالصحافة الرقمية على وعيه وإدراكه، كما لم يتم التركيز على موضوعات بحثية تتصل بالنظريات وأدوات التحليل البحثية في الصحافة الرقمية، ولا تزال الموضوعات البحثية المتصلة بالتكنولوجيا وإمكاناتها في ضبط العمل المهني والتنظيم الاخلاقي له وإمكانات استغلالها كذلك في التجاوزات تحتاج للمزيد من البحوث، وكذا لم تجد الموضوعات البحثية التي تتصل بتحديد وتطوير مقاييس القواعد الأخلاقية اهتماماً من الباحثين في المدرسة الأكاديمية العربية بما يتسق مع أهميتها باعتبار أن النسق القيمي والمجتمعي مختلف ويستحق إيجاد وتطوير مقاييس محددة خاصة به.

ثالثاً:- بالنسبة للمناهج والأدوات البحثية التي تم الاعتماد عليها، فمنهج المسح جاء محتلاً المركز الأول في بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية في المكتبة الأكاديمية العربية كغيرها من فروع الإعلام ودراسات الاتصال والإعلام بشكل عام، وفيما يتعلق بالأدوات البحثية فلقد جاءت أدوات تحليل المضمون وتحليل الوثائق والمقابلة المتعمقة من أبرز الأدوات استخداماً في بحوث ودراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية بالمكتبة الأكاديمية العربية، في حدود عينة الدراسة، وما اطلعت عليه الباحثة، بينما جاءت مجموعات النقاش المركزة والملاحظة بالمشاركة بنسبة أقل منها بفارق كبير في الدراسات العربية على الأخص، أما في الدراسات الأجنبية فلقد كان التركيز

على المقابلات المتعمقة مع دراسات الحالة وتحليل الوثائق الخاصة بالقواعد الأخلاقية ومواثيق الشرف المهنية مع الاهتمام بالدراسات التجريبية.

رابعاً:- بالنسبة للنظريات المستخدمة، بينما جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية social responsibility في المركز الأول من حيث الاعتماد عليها في الدراسات والبحوث العربية، فقد اعتمدت دراسات قليلة من الدراسات العربية على نظريات مستحدثة أو مداخل أو مفاهيم علمية حديثة بما يتسق مع الصحافة الرقمية، وذلك مثل نظرية الحتمية القيمة ومقياس المفارقة القيمة (محمود حمدي عبدالقوي، رباب عبدالمنعم، 2020) ونظرية Mass self Communication (سناء جلال، 2016) ومثل مفهوم الاستخدام الأمثل (نرمين الأزرق، 2016)، كما جاءت نظريات ومفاهيم أخرى مثل نظرية الاحتلال الإلكتروني والنظام الدولي والانكشاف المعلوماتي " Information/privacy disclosure " والأخلاقيات التنظيمية والأخلاقيات التطبيقية وصندوق بوتنر " Potter box " في الدراسات الأجنبية.

خامساً:- بالنسبة لأهم النتائج التي تم التوصل إليها من الدراسات السابقة والتي ركزت على الصحافة الرقمية في مصر نجد أهم ما جاء بها أن التكنولوجيا الجديدة والذكاء الاصطناعي ومواقع التواصل الاجتماعي وصحافة المواطن وتطور وسائل الاتصال فرضت نفسها وأصبحت بالفعل جزء فاعل ومؤثر من معادلة الصحافة الرقمية، ولقد أشارت نتائج الدراسات إلى عدم وجود اسراتيجية واضحة لإمكانية التعامل مع آليات الذكاء الاصطناعي أو مواجهة تحدياته المرتبطة بالقدرة على فبركة الصور والفيديوهات والتسجيلات الصوتية باستخدام برامج يصعب كشف زيفها- في أغلب مواقع الصحف المصرية، وبشكل عام أشارت أغلب الدراسات إلى الحاجة الملحة إلى إيجاد وصياغة مدونات سلوك ومواثيق يمكن الارتكان إليها في اتخاذ القرارات المهنية في المؤسسات الصحفية المختلفة.

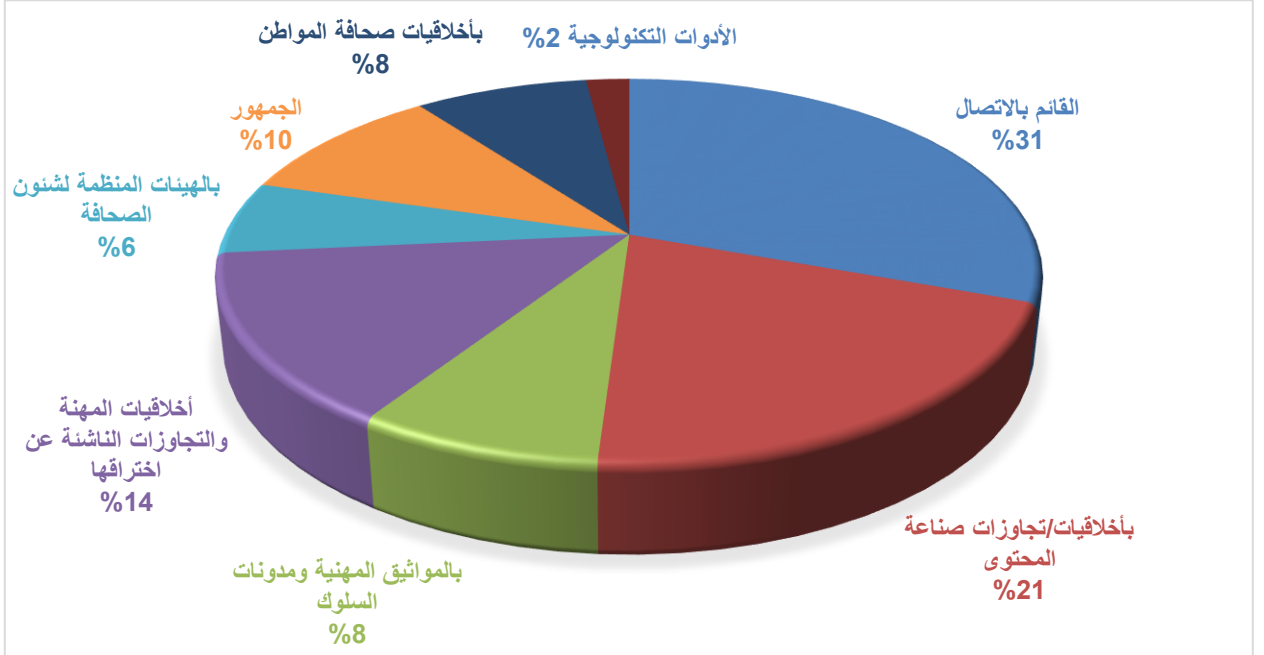
سادساً:- ملاحظات عامة رأت الباحثة أهمية مناقشتها فيما يتصل بالعمل البحثي بشأن أخلاقيات الصحافة الرقمية والتي بدت من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة عينة الدراسة، ويمكن إيجازها فيما يلي:-

- 1- يقع بعض الباحثين في خطأ عدم إمكانية الفصل بين بعض التحديات والقضايا الأخلاقية من ناحية والأمور القانونية من جهة أخرى وقد يكون ذلك لعدم الإلمام الكافي بهذا الحقل البحثي وبالتفاصيل الدقيقة به.
- 2- بعض الباحثين يستعرض فقط النظرية دون أن يوضح كيفية استخدامه للنظرية وكيف سيستفيد منها في بحثه ودون أن يعمق نتائج بحثه بمناقشة نتائج الدراسة في ضوءها.
- 3- قلة الدراسات النقدية والمستقبلية المتصلة بأخلاقيات الصحافة الرقمية والسعي في الأغلب الأعم للرصد والتوصيف والاكتفاء بتلك المراحل الأولية من الجهود البحثية.
- 4- هناك عدد ملحوظ من الدراسات وليس مقصورا على مدرسة أكاديمية محددة يسعى لتوسيع دائرة البحث بحيث يصل لوضع قواعد أخلاقية عالمية **global journalism ethics model**.
- 5- تحتاج صحافة المواطن لمزيد من الجهد البحثي في بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية.
- 6- صراحة تمثل المكتبة الأكاديمية الجزائرية في بحوث ودراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية نموذجا جيدا ومتميزا في تقديم موضوعات متنوعة ومهمة في هذا المجال، ولقد عرضت الباحثة عددا من البحوث التي تنتمي إلى المكتبة الجزائرية، ومن الملاحظ تنوع دراساتها ما بين الدراسات الكمية والكيفية وهي تمثل امتدادا للمكتبة الأكاديمية المصرية في الجهد الرصين المبذول في البحوث والدراسات بصفة عامة.
- 7- قلة الأعمال البحثية العربية التي تعبر عن جهد جماعي وإسهامات مشتركة لباحثين في مجال أخلاقيات الصحافة الرقمية وذلك على العكس من الحال في مشهد البحث العلمي في الدراسات الأجنبية.

رؤية مستقبلية لبحوث ودراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية

على المستوى الأكاديمي

أولاً:-

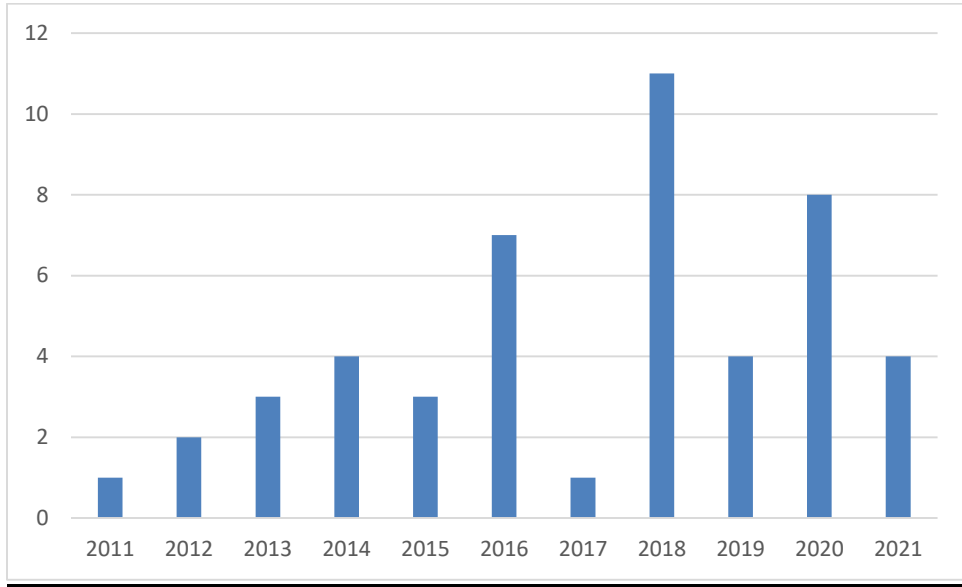


شكل رقم (1) يوضح "نسب الاهتمام بالموضوعات المختلفة المتصلة بأخلاقيات الصحافة الرقمية"

اتضح من خلال استقراء ومراجعة الدراسات السابقة التي أتاحت للباحثة في العقد الماضي في الفترة من 2011-2021 فيما يتصل بأخلاقيات الصحافة الرقمية أن هناك محاور وأبعاد محددة يزيد فيها الإنتاج العلمي وعلى الجانب الآخر، وكما هو واضح من الشكل الموضوع أعلاه، هناك موضوعات وأبعاد مهمة خاصة بأخلاقيات الصحافة الرقمية نحتاج فيها بالفعل لمزيد من الجهد البحثي، وهذا يرد على السؤال الذي طرحته الباحثة في بداية الدراسة، وهو إلى أي مدى سارت دراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية متوازية مع تطورات العصر الرقمي فيما يتصل بالمفاهيم والمحاور المتعددة والإشكاليات والتحديات والقواعد الأخلاقية المختلفة التي ظهرت في الواقع المهني.

ومن الواضح أننا لا نزال بحاجة إلى مزيد من الجهد البحثي خاصة وأن الباحثة تكشف لها من واقع تتبع البحوث والدراسات السابقة أن أعداد البحوث ليست كثيرة بل والمنحنى الخاص بإنتاج

هذه البحوث التي نحتاج إليها كثيرا يظهر تراجعها في أعدادها كما يظهر من الشكل الموضح التالي.



شكل رقم (2) يوضح "كم بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية 2011-2021"

ثانياً:- بناء على ما سبق يمكن العمل على التطوير من حيث الموضوعات البحثية المهمة فيما يتصل بأخلاقيات الصحافة الرقمية حتى يتسنى سد العجز فيما هو محل احتياج لمزيد من البحث والتقييم والتقويم، وفيما يلي نقدم عدداً من أبرز تلك الموضوعات:

1- الأنظمة والإمكانيات التكنولوجية الحديثة التي يمكن الاعتماد عليها لضبط القرارات الأخلاقية وتدعيمها، مثل أنظمة التحقق والتدقيق **fact checking** في الصحافة الرقمية ويعتبر تدقيق الحقائق أحد تطبيقات صحافة البيانات **Data journalism** وهي مجال حديث نسبياً يركز على كيفية استفادة الصحفي من الكم الهائل من البيانات الخام **Big data** التي توفرها تكنولوجيا الاتصال والانترنت بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي وانترنت الأشياء **Internet of Things**.

2- الملكية الفكرية والقواعد الأخلاقية الضابطة لحقوق الملكية الفكرية في العصر الرقمي ومدى توفر الحماية للصحافة الرقمية والصحفيين العاملين بها، وهو من الموضوعات

البحثية المهمة التي تستحق البحث والدراسة في ظل تطور العصر الرقمي لتطور طرق ووسائل التهديدات الرقمية والانتحال plagiarism والسراقات identity theft والاعتراض الرقمي illegal interception .

3- صحافة المواطن citizen journalism التي باتت جزء لا يتجزأ من الصحافة

الرقمية والأخلاقيات المتصلة بها، وتعتبر البحوث والدراسات المتصلة بذلك المجال البحثي من الأهمية بمكان في مستقبل بحوث ودراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية لقدرة تلك النوعية من الصحافة على السرعة الملحوظة في نقل الحدث والانتشار والتأثير على الجمهور مع عدم وجود أية ضوابط واضحة أو معايير أخلاقية تحكم وتنظم تلك النوعية من الصحافة، وهو ما يحتاج لجهد بحثي منظم في الفترة المستقبلية القادمة.

4- مناقشة وتفنيد كيفية الاستفادة من التقنيات الحديثة مثل تقنية Blockchain وتعرف

بسلاسل الكتل وتعد بداية ثورة تكنولوجية جديدة، فهي واحدة من الابتكارات التكنولوجية التي يصعب اختراقها أو التغلب على أنظمتها الدقيقة، حيث تقوم بإجراء وتخزين التعاملات الرقمية عبر شبكة الانترنت والتأكد من صحتها وتأمينها، فهي وسيلة لايجاد طريقة آمنة لحفظ البيانات وحمايتها من التزييف والتزوير.

5- مدونات السلوك ومواثيق الشرف المهنية، وتعتبر مدونات السلوك code of

conduct ومواثيق الشرف Codes of ethics شديدة الأهمية في الوقت الحالي لمواكبة عملية التطور في المشهد الصحفي والتكنولوجي ومستجدات العملية الاتصالية، وعقد دراسات مقارنة للاستفادة من مميزات مدونات السلوك في المؤسسات المختلفة للصحف والمواقع المتعددة في مختلف أنحاء العالم.

6- المبادئ المهنية لأخلاقيات الإعلام والصحافة الرقمية بما يتسق مع خصائص البيئة

الإعلامية والاتصالية الجديدة، إذ تشهد الساحة الصحفية في العصر الرقمي تحديات وإشكاليات جديدة نتيجة تغير السياقات التكنولوجية والاتصالية

- 7- **User generated content** المحتوى الذي ينتجه المستخدم وعلى الباحثين في مجال أخلاقيات الصحافة الرقمية دراسة كافة المحاور والتفاصيل المرتبطة بالجانب الأخلاقي فيها لتأثيراتها الجلية على الصحافة الرقمية، ويجد عدد من العلماء والمهتمون ببحوث الصحافة الرقمية صعوبة في تحديد الجهة التي يتوجب عليها وضع محددات واضحة للممارسين ما بين صحفيين محترفين ينتمون لأخلاقيات الصحافة الرقمية، نظرا لانتماءاتهم لمؤسسات صحفية احترافية وبين صحفيين هواة "الصحفي المواطن" citizen journalist، وهذا التحدي يتفق عليه الكثير من المنظرين وتوجه له أنظار الباحثين في قطاع الصحافة الرقمية وأخلاقياتها.
- 8- دراسات وبحوث القائم بالاتصال المهني المحترف في الصحافة الرقمية في ظل بيئة مختلفة وسياق مهني مختلف، وإجادة استخدام كافة المعطيات التكنولوجية الحديثة مثل فهم البرمجيات وعلوم البرمجة والخوارزميات وعمل الروبوتات لضمان تحقيق أخلاقيات الصحافة الرقمية بما يتفق مع ظروفها وسياقاتها.
- 9- دراسة الهيئات العاملة على تطوير بنية القواعد الأخلاقية ومحاولاتها وأدواتها في ذلك ونتائج ما تم التوصل إليه بالفعل، فبما إن نتائج الدراسات السابقة أشارت بشكل عام إلى أن قلة التدريب بما يتسق ومعطيات العصر الرقمي وغياب الأدلة الإرشادية ومدونات السلوك مثلت تحديات مهمة أمام الصحفيين فينبغي الاهتمام بالقواعد الأخلاقية بما يتماشى مع المتغيرات التكنولوجية والاتصالية المستحدثة في العصر الرقمي.
- 10- التوفيق بين حرية الرأي والتعبير، والمسئولية الاجتماعية، والحفاظ على الموضوعية والحيادية في ظل سيولة المعلومات والأنباء وعلاقات القائم بالاتصال في الصحافة الرقمية مع مصادر المعلومات التي أصبحت مختلفة عما قبل العصر الرقمي.
- 11- دور الصحافة الرقمية بما هو متاح لها من التطورات والإمكانات التكنولوجية في تحقيق أو تحسين جودة الحياة في المجتمع وهو موضوع بحثي يستحق اهتمام عديد من البحوث والدراسات لارتباطه بالأساس الفلسفي لأخلاقيات الصحافة.

12- مزيد من التركيز على دراسات وبحوث الأخبار المضللة والكاذبة والتي يسرت الصحافة الرقمية من انتشارها عبر استخدامات الجمهور لها وتعليقاته عليها ، وهذا يرتبط بطبيعة المحتوى المضلل أو الزائف وبحث كيفية الاستعانة بالروبوتات في هذا الإطار ودراسته في ضوء السياق الخاطئ والتلاعب بالمحتوى والمضمون التلفيقي والمضمون المختلق والذي يتبنى مصادر غير حقيقية.

ثالثاً:- من حيث النظريات المستخدمة الملائمة والتي يمكن الاستفادة منها لإثراء العمل البحثي ونتائجه في بحوث ودراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية:-

فإنه من الممكن كذلك الاستفادة من معطيات النظريات والمفاهيم التالية في بلورة رؤية العمل في البحوث وإثراء نتائج البحوث والدراسات المستقبلية لأخلاقيات الصحافة الرقمية:-

*Decisive conjuncture

وتسعى نظرية الظروف الحاسمة أو المنعطفات الحاسمة والتي أسس لها (Stein Rokkan & Seymour Lipset, 1967) إلى تفسير تطورات الظاهرة (Stein Rokkan, 1970) عن طريق شرح الأصول التاريخية للظروف الحاكمة للظاهرة محل الدراسة ثم التغيرات البارزة المؤثرة في المجتمع المحيط بالظاهرة والتي تحسم التحولات في ظروف الظاهرة والقرارات والتطورات المتصلة بها ،ويمكن الاستفادة من هذه النظرية في كافة التطورات الخاصة بالسياسات التحريرية والمهنية والقرارات الأخلاقية المهنية المتصلة بما يتم نشره في الصحافة الرقمية ،على سبيل المثال لا الحصر يمكن استخدامها في دراسات تحليل وتفسير التحولات الواضحة في السياسات التحريرية للمواقع الإخبارية وفي تقييم وتقويم القواعد الموضوعية في " Style book " ودراسة تطور موثيق الشرف الأخلاقية ومدونات السلوك "code of conduct" والقواعد المتضمنة بها لضبط الأداء في الصحافة الرقمية والمواقع الإخبارية حول العالم.

***World System Theory**

نظرية النظام الدولي والتي شرح (Immanuel Wallerstein) في عام 1974 أبعادها، وهي تقدم رؤية ومقاربة سياسية وفكرية حول تصنيف دول العالم وقوتها في الميزان الدولي وتم تقسيم الدول فيها إلى ثلاث دوائر وهي دائرة الدول الأقوى والأكثر تأثيراً في العالم يليها دائرة الدول الأقل قوة وتأثير ثم دائرة الدول الهامشية، وهي تفيد في تفسير نشر الأخبار المتحيزة أحيانا ضد بعض الدول أو في نشر الصور النمطية وعلى الجانب الأحدث تفيد في تحليل وتفسير التهديدات والمخاطر الرقمية التي تهدد الصحفيين في مناطق مختلفة بالعالم.

***Electronic Colonialism Theory**

نظرية الاحتلال الإلكتروني والتي نبه إليها Tom McPhail، وهي نظرية مهمة تطرح فكرة التأثير على العقول والاتجاهات والأفكار والآراء واستعمارها بدلا من البلدان والمناطق الجغرافية المختلفة خاصة بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية حيث أصبح الاتصال والإعلام أساسا لتغيير الفكر والرؤى والاتجاهات واتخاذ القرارات والعمل وفق سلوكيات محددة، وبالتالي يمكن التعويل عليها في تفسير ما يتم تقديمه في منصات الصحف الرقمية.

***Best practice**

مفهوم الاستخدام الأمثل Best practice كأحد المفاهيم الحديثة المستخدمة في الدراسات الإعلامية وهو يتصل بمدخل الممارسة المهنية والذي يشير إلى أن المنتج النهائي للمؤسسة الصحفية كما يتأثر بالفكرة أو المبدأ من وجود هذا المنتج فإنه يتأثر كذلك بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية للقائم بالاتصال وخصائصها والتي تتأثر بعد كبير من العوامل مثل التنظيم الإداري للمؤسسة والتأهيل العلمي والمهني واتجاهات العلاقات الوظيفية والاجتماعية بين المستويات المختلفة وبين الزملاء بجانب العوامل المتعددة التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي وما تؤدي إليه قرارات الملاك والمديرين من التأثير على المنتج النهائي وقد ارتبط هذا المفهوم حديثاً بأخلاقيات العمل الإعلامي.

*Mass self Communication theory

نظرية الاتصال الذاتي الجماهيري والتي أوضحها كاستلز Manuel Castells، 2009، وهي تفسر أشكال الاتصال عبر الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي وعمل المواطنين الصحفيين الذي يحمل الطابع الجماهيري، وفي نفس الوقت فإن هذا الاتصال يندرج ضمن الاتصال الذاتي لأن إنتاج الرسالة تتم من خلال الشخص الذي يقوم أيضا باختيار وتحديد المستقبلين المحتملين لرسالته، كما أن استعادة رسالة أو محتوى معين من الويب ومن الشبكات تتم باختيار شخصي أيضا، وعلى هذا الأساس فإن الأشكال الثلاثة من الاتصال الشخصي والجماهيري والذاتي تتعايش معا وتتفاعل معا وهذا نظريا يتفق مع نهاية شكل أو نمط الاتصال الجماهيري وفق نموذجة التقليدي ونمو صحافة المواطن، وهذه النظرية يمكن الاعتماد عليها لتفسير المؤثرات على أخلاقيات الصحافة الرقمية.

*Media Contagion theory

نظرية عدوى وسائل الاتصال والتي تفسر انتشار الشئ ذاته سواء خبر أو سائعة أو مجموعة صور أو تصريحات على المواقع الصحفية والمنصات الصحفية المختلفة ومنها صحافة المواطن وتفترض هذه النظرية والتي أشار إليها عدد من الباحثين والعلماء **James Meindl** و **Jonathan Ivy**، 2017، ويمكن القول بأن وسائل الإعلام تسهم في نشر عدوى الاهتمام بشئ معين، ويمكن التعويل على هذه النظرية في تفسير اهتمام ونشر المنصات الصحفية لبعض الأخبار والمضامين المختلفة التي يتم نشرها سواء كانت أخلاقية أو غير أخلاقية ويمكن الاعتماد عليها كذلك في رصد وتحليل آلية مسار النشر وانتشاره من منصة لأخرى وأسباب ذلك.

رابعاً:- من حيث تطوير المناهج والأدوات البحثية في ظل تطور طبيعة الموضوعات محل البحث في الصحافة الرقمية وما يرتبط بها من أخلاقيات، فإنه ينبغي النظر إلى ما يلي:

1- من الواضح من خلال مراجعة الدراسات والبحوث السابقة غياب أو قلة استخدام جماعات النقاش المركزة ودراسات الحالة كأدوات بحثية على الرغم من أهميتها كأدوات بحثية تحقق قدراً من التعمق عند فهم وتحليل المشكلة البحثية ورصد مظاهرها وآثارها وانعكاساتها أو تجلياتها.

2- ينبع التطوير من استخدام مناهج وأدوات حديثة أو جديدة تماما أو من خلال استخدام أدوات ومناهج معروفة ومستخدمة بالفعل ولكن مع تطبيقها بطرق أحدث تتفق وطبيعة العصر حتى تؤتي ثمارها المعرفية وما يطمح إليه الباحث من إضافة بشكل عملي مثل استخدام الاستبيان والذي هو أداة معروفة ومطبقة من قبل ولكن عن طريق توزيعها عبر البريد الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي مثلا بما يؤدي لمزيد من السرعة والتنوع المطلوب أحيانا والذي قد لا يتحقق مع طرق التوزيع التقليدية التي تتطلب التواجد الفيزيائي للمبحوث.

3- من اللافت للنظر أن هناك قلة قليلة من الباحثين هم الذين اعتمدوا على الدراسات التجريبية في بحوث ودراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية مما يشجع على لفت انتباه الباحثين ممن لم يجروا دراساتهم في هذا المجال بعد أن يقوموا بإجراء الدراسات التجريبية لجديتها ولحاجة المكتبة الإعلامية إليها ولكونها ستسهم في فهم ردود أفعال القائم بالاتصال والتنبؤ بقراراته وسلوكياته.

خامسا:- تحتاج دراسات أخلاقيات الصحافة الرقمية بشكل عام من أجل التطوير مستقبلا إلى:

- إجراء دراسات تستهدف الكشف عن تأثير السياقات الثقافية على الممارسات المهنية وأخلاقيات الصحافة الرقمية ومدى الالتزام بالأخلاقيات أو بالعكس مدى وجود تجاوزات يتم فيها دراسة العوامل الثقافية والتعليمية والاجتماعية التي تؤثر على الممارسات المهنية، ومن الممكن في هذا الصدد إجراء دراسات مقارنة بين الممارسات المهنية وما ينجم عنها من تجاوزات أو ما يسمها من أخلاقيات متفق عليها بين دول إفريقية ودول شرق آسيا ودول الشمال الاوروبي والدول العربية ودول أمريكا الشمالية وأمريكا اللاتينية.
- التريبة /التوعية الإعلامية وعلوم البرمجة والكمبيوتر أصبحت من أهم العلوم التي يجب أن يدرسها طلاب الإعلام، إعلاميو وصحفيو الغد ومستخدمين اليوم، فبدون فتح المعابر وتجسير الفجوات بين تلك العلوم وعلوم الإعلام والصحافة وما يتصل منها بأخلاقيات الصحافة الرقمية لن نتمكن من تطوير مهارات التعامل والتفكير الناقد وتقديم باحث أو صحفي أو مستخدم واعي ومدرك لكيفية التعامل الناجع مع التجاوزات والتهديدات والمخاطر المتصلة بالصحافة الرقمية.

- نحتاج تعاون علماء وباحثين علوم الكمبيوتر والاتصالات مع علماء وباحثي الإعلام والصحافة الرقمية لارتباط وتشابك منظومة العمل والمدخلات والمخرجات الخاصة بها، ومن ذلك دخول الروبوتات وتقنيات الذكاء الاصطناعي والبرمجة والخوارزميات جنباً إلى جنب مع الإعداد والتحرير والإخراج في صناعة المحتوى الصحفي والإخباري الذي يتم تقديمه كمنتج نهائي للجمهور/المستخدمين.
- العمل البحثي وفقاً لفكرة الفرق البحثية والتي من الممكن أن تمتد عبر عدد من أقسام الإعلام في نفس الكلية أو تمتد لتشمل عدد من كليات الإعلام في أكثر من جامعة سواء في بلد واحدة أو عدة بلاد، وذلك لإجراء دراسات مقارنة ودراسات موسعة ومتعمقة تشمل أكثر من جانب من جوانب أخلاقيات الممارسة المهنية في العمل الإعلامي.
- يجب السعي من جانب كليات ومعاهد الإعلام لإضافة مقررات تدريسية جديدة باتت مهمة في ظل سياقات بيئية وبنوية مختلفة في عصرنا الرقمي ومن ذلك **Data و Coding و Gathering and Visualization و Computer- Assisted reporting و Introduction to video و Data journalism in theory and practice** **journalism** مع الاهتمام بتضمين منهج لتوضيح آليات تحقيق السلامة المهنية، وهذه المقررات موجودة بالفعل في عشر جامعات تصنف في المراكز الأولى في العالم ومنها جامعة "كارديف" بالمملكة المتحدة وجامعة "كونكورديا" بكندا وجامعة "هلسنكي" بفنلندا وجامعة "ستوكهولم" في السويد وجامعة "إلينيوي" بالولايات المتحدة الأمريكية وستفيد تلك المقررات في بناء فكر واعي نحو إشكاليات أخلاقيات الصحافة الرقمية.
- العمل على تنفيذ دراسات تتبعية ونقدية للممارسات المهنية وللمواثيق والقواعد الأخلاقية التي تنظم العمل بالصحافة الرقمية ولا ينبغي فقط تنفيذ الدراسات الوصفية التي تقف عند حدود الرصد والتوصيف.
- الاهتمام بشكل مكثف ببحث ودراسة كافة الوثائق المتصلة بمواثيق الشرف الأخلاقية للصحافة الرقمية والإعلام الجديد بشكل عام وما يتصل بها من مدونات السلوك ومن قواعد أخلاقية متضمنة في السياسات التحريرية وذلك لأغراض التصنيف والتقييم والمقارنة

والتقويم باعتبار وجود ندرة حقيقية في هذا المحور تحديدا في دراسات مجال أخلاقيات الصحافة الرقمية، ويمكن الاستفادة في هذا المحور من مصدرين مهمين وهما

- EthicNet a collection of deontological codes supported by the Department of Journalism and Mass Communication at the University of Tampere.
- Database run by the Donald W. Reynolds Journalism Institute (RJI).

- من الأهمية بمكان في ظل طرح علمي يسعى لتطوير بحوث وأخلاقيات الصحافة الرقمية أن تشير الباحثة لأهمية الدبلومات المتخصصة في أخلاقيات الاعلام والصحافة الرقمية وأن تكون محل اهتمام فعلي من جانب كليات الإعلام وأقسامه لدرس وبحث ومناقشة كل ما تحويه أخلاقيات الصحافة الرقمية من إشكاليات ومسائل وقضايا آخذين في الاعتبار أن ذلك يثري المجال البحثي والمنظومة المهنية في الوقت ذاته.

- البعد عن القولية واستخدام القوالب الجاهزة والأفكار المألوفة من قبل والموضوعات والنظريات المعتادة وضرورة إعادة النظر في استخدامات النظريات والمفاهيم والمقاييس والبعد عن الرؤى الجامدة والرؤى التقليدية التي لا تطور ولا تسعى للاستفادة من الأحدث ولا تفكر في التجديد وفي السعي لإيجاد نظريات جديدة أو إعادة صياغة بعض الفرضيات بما يتلائم مع الظرف الحالي.

- إن موضوعات وإشكاليات واضحة في مجال أخلاقيات الصحافة الرقمية أضحت تستحق اهتماما كبيرا ،وعلى رأسها "انتهاك الخصوصية/ Privacy invasion" و"التزييف العميق/ Deep fake" و"سرقة الملكية الفكرية/ intellectual property theft" و"تبعات استخدامات الروبوت في الصحافة/ Robotics and artificial intelligence" و"إخفاء الهوية/ Identity disappearance" و"الإنكار بدلا من التصحيح/ ignorance instead of correction" و" التوثيق الرقمي المضلل والمتحيز/ Misleading & biased ethical digital reporting" و" الانحياز بدلا من

" Bias instead of neutrality using algorithms/الحياد بالاستعانة بالخوارزميات/ "مقومات الصحفي الناجح القادر على استخدام الذكاء الاصطناعي واتخاذ القرارات الأخلاقية عن وعي ودراية ومواجهة التحديات في العصر الرقمي/ Engineer /journalist".

رؤية مستقبلية: على المستوى التطبيقي حول ميثاق شرف أخلاقي للصحافة الرقمية

تقدم الباحثة نموذجاً لميثاق شرف مهني لتحقيق ممارسات أخلاقية منضبطة بالصحافة الرقمية بالاستفادة من البحوث المتنوعة والخبرة المكتسبة في هذا الإطار، وذلك فيما يلي:



شكل رقم (3) يوضح ميثاق شرف مهني للصحافة الرقمية يعتمد على ثلاث مراحل رئيسية

أولاً: أخلاقيات قبل النشر

- التحقق والتوثيق للمعلومات والفيديوهات والصور وغيرها من المحتويات على وسائل التواصل الاجتماعي قبل الاعتماد عليها كمصادر لمواده الصحفية.
- الالتزام بعدم الاعتماد على التوثيق الكاذب ، بمعنى تصوير أحداث مفتعلة غير حقيقية بغرض إظهار شيء (حدث – ظاهرة – قضية – شخص) على غير حقيقته أو تركيب مقاطع فيديو لا تمت لبعضها بصلة في الحقيقة أو إرسال صور أو مقاطع فيديو قديمة أو تخص حدث معين وكأنها حديثة أو تقدم في إطار حدث آخر.
- التفكير في جمع المعلومات بكافة الطرق الأخلاقية والاستفادة من المواقع الرقمية وقواعد البيانات.

-لا يجوز استخدام آليات التصوير المستحدثة كالمطائرات بدون طيار (drones) لكشف أماكن لها سريتها أو حرمتها.

-التواصل مع المصدر الأساسي للمحتوى الرقمي على مواقع التواصل الاجتماعي.

-عدم استغلال المعلومات أو الصور الشخصية الخاصة التي تنشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي دون موافقة وتوثيق ذلك من أصحابها.

-لا يجوز أن ينشر الصحفي أي محتوى أو علامة تجارية تخص مؤسسته على أي من المنصات الرقمية المفتوحة أو المغلقة دون إذن مسبق من المؤسسة.

-السعي للوصول للمصدر الموثوق منه بالاستعانة بشبكة الانترنت وبمواقع التواصل الاجتماعي.

- عدم نشر أي محتوى أنتجه الأطفال على المنصات الرقمية إلا بعد استئذان أولياء أمورهم والحصول على سماح وموافقة واضحة وموثقة.

- البعد عن التفكير في التوثيق المتحيز وعدم وضع مقاطع فيديو أو إرسال رسائل نصية وتعليقات أو تحميل معلومات على صفحات أو عبر ال Face book أو عبر التغريدات تخدم كلها جانبا محدا أو زاوية بعينها من الموضوع دون غيرها.

-احترام الملكية الفكرية وعدم التفكير في استغلال التكنولوجيا في الانتحال وسرقة الهوية.

-لا يجوز للصحفي الاشتراك مع مستخدمى الإنترنت في المحادثات عبر الشبكة دون التعريف بهويته الصحفية، سواء في الفعاليات الصحفية التقليدية، أو عند ممارسة مهنته ميدانيا أو على شبكة الإنترنت، فذلك من الممارسات المضللة لجمع المعلومات.

ثانيا: أخلاقيات أثناء اتخاذ القرار بالنشر

-تجنب التوثيق المبني علي الوصلات والروابط التي تتبع صفحات أو جهات مجهولة أو غامضة والتي قد تضع معلومات أو بيانات مغلوبة أو غير موثقة للأخبار التي يتم نشرها.

-الاستفادة من الوسائل التكنولوجية الحديثة بنشر الصور والفيديوهات مثل إمكانيات التشويش على ملامح الوجه والقطع بما لا يحقق أي إساءة أو ضرر للأفراد أو للمجتمع.

-تجنب السعي لتحقيق الإثارة (التريند) بوضع عنوان أو معلومة ترتبط بشائعة أو بأمر غير أخلاقي.

- عدم حذف أو إخفاء أية معلومات ذات أهمية من القصة الإخبارية المقدمة.
- على الصحفي أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المحافظة على أسرار العمل بمؤسسته.
- اثناء القرار بنشر بعض القصص الإخبارية ينبغي الامتناع عن نشر الصور ومقاطع الفيديو التي تسئ إلى حرمة الضحايا وكرامتهم.
- يجب عند النشر احترام حقوق النشر الرقمي وعدم انتحال النصوص والصور والصوتيات والفيديوهات أو النسخ غير القانوني أو غير المشروع للبرامج والتطبيقات مع الإشارة لمصادر المحتوى المقدم.

ثالثاً: أخلاقيات بعد تمام النشر

- إذا ظهرت تفاصيل جديدة بعد تمام النشر فينبغي استكمال الخبر لتحقيق حق الجماهير في معرفة دقيقة متكاملة للخبر وهو ما باتت تتيحه تكنولوجيا الصحافة الرقمية فليس هناك داعي للانتظار كما هو الحال في الصحافة الورقية.
 - بعد نشر أي خبر في الموقع الصحفي ينبغي أن يتجنب الصحفي نشر أي محتوى أو التعليق على ما تم نشره بمواقع التواصل الاجتماعي، فدوره الصحفي الرسمي هو تقديم الحقائق المجردة.
 - تصحيح المعلومات المغلوطة أو الاعتذار عن أي خطأ وقع وتم العلم به بعد تمام النشر وذلك بالاستعانة بالمواقع والروابط التي تضمن أفضل طرق الوصول للجمهور.
 - يجب ألا تستخدم بعض الصحف التعليقات أحياناً بشكل كاذب ومفتعل وهو ما يتم عن طريق التدخل فيما ينشر بإضافة بعض التعليقات على أخبار أو مقالات عن طريق الصحفيين أنفسهم لإظهار الصحيفة بمظهر الصحيفة الأكثر متابعة والتي تستحوذ على قدر كبير من اهتمام الجمهور ، وهو الأمر الذي تستفيد منه بعد ذلك في الإعلان.
 - بعد النشر يجب مراقبة الصحيفة للتعليقات لضبطها وهو من ضمن آليات تحقيق أخلاقيات الصحافة الرقمية.
 - ينبغي أن يلتزم الصحفي بحماية مصادره على شبكة الإنترنت، وعدم تعريضها للخطر وهو ما يستوجب اتباع قواعد أمن وحماية رقمية لمعلومات مصادره أو معلوماته الخاصة.
- مراجع الدراسة

أولا المراجع العربية:

- ابراهيم اسماعيل، فتحي (2020) معوقات الممارسة المهنية للمصور الصحفي في الصحافة المصرية دراسة ميدانية لصحيفة الوطن وموقع مصرأوي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، المقالة 7، العدد 30، المجلد صيف، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ص ص 366-418.
- ابراهيم بسيوني، محمد (2013) دور نقابة الصحفيين في أزمات الصحافة والإعلام، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، المقالة 4، العدد 2، الصيف، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ص ص 93-120.
- أبو العز، إنجي (2018) الجوانب الأخلاقية والمهنية بالصحف المصرية المطبوعة خلال فترات التحول السياسي دراسة تحليلية مقارنة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 23، يناير - مارس، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ص ص 144-179.
- أحمد الخصاونة، صخر والرواجفة، أسماء (2020) مدى معرفة والتزام الصحفيين الأردنيين بالقواعد القانونية والأخلاقية التي تحكم التقاط ونشر الصور الصحفية وفقا للتشريعات الأردنية دراسة ميدانية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية، عدد 28، رقم 2، ص ص 250-272.
- أحمد عبدالحافظ، أحمد عبد الحافظ (2015) أخلاقيات نشر تعليقات القراء في المواقع الإخبارية وفي صفحاتها على الفيسبوك، دراسة للمضمون ومعايير القائم بالاتصال في النشر، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 14، عدد 2، مركز الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 259-305.
- بوشيش، حسنية (2014) بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة، مجلة رؤى استراتيجية، مركز الإمارات للدراسات السياسية والاستراتيجية، عدد إبريل، ص ص 23.
- جابر هاشم، منى (2015) المعايير المهنية والأخلاقية وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، المقالة 5، العدد 8، المجلد الشتاء، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ص ص 104-123.
- جلال، سناء (2015) دور صحافة المواطن في نشر ومقاومة الشائعات في المجتمع العربي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 1، المجلد 2015، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 129-185.
- جمال درويش عبدالغفار، وفاء (2016) المسؤولية الاجتماعية والتشريعية والأخلاقية للصحافة الالكترونية: دراسة في المضمون والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه، قسم الإعلام كلية الآداب، جامعة الزقازيق.
- جيجان عزيز، خالد (2018) المسؤولية الاجتماعية للمواقع الالكترونية في معالجة الأزمات السياسية العراقية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 14 (جزء أول)، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 335-356.
- حازم خالد، نواف و ابراهيم، خليل (2011) الصحافة الالكترونية ماهيتها والمسئولية التقصيرية الناشئة عن نشاطها، مجلة الشريعة والقانون، عدد 46، كلية الحقوق، جامعة الإمارات العربية المتحدة.
- حسن محمد الجندي، حنان (2013) سياسات وسائل الإعلام تجاه حماية الإعلاميين من العنف اثناء الأزمات : دراسة تطبيقية مقارنة على القائمين بالاتصال بالتلفزيونية المصرية والدولية، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، المقالة 11، العدد 2، المجلد الصيف، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ص ص 243-257.
- حمدي عبد الحميد فتنديل، أسماء (2019)، المعايير المهنية الحاكمة لنشر الأخبار الاقتصادية في المواقع الالكترونية دراسة تحليلية على عينة من المواقع الاقتصادية المتخصصة، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 17، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 493-520.

- حمدي عبدالقوي، محمود، عبد المنعم، رباب (2020) (المفارقة القيمية وعلاقتها بأخلاقيات الممارسة المهنية لدى القائم بالاتصال في الصحافة الالكترونية المحلية، مجلة البحوث الإعلامية، عدد 55، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ص ص 1497-1580.
- خلف ملح، حبيب (2021)، تقنية التزييف العميق وأثرها في تهديد مصداقية الإعلام الإلكتروني: دراسة وصفية، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة تكريت، عدد4، مجلد 28، ص ص 354-376.
- الدبيس، عبدالكريم (2012) المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية، دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية، مجلة دراسات الاتصال والتنمية، بيروت، العدد5، ص ص 79-119.
- درويش، شريف (2014)، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، العدد 7، يوليو، رؤى استراتيجية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ص ص 96-135.
- درويش اللبان، شريف (2015) الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات التواصل الاجتماعي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 2، المجلد2015، ربيع 2015، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 33-77.
- الشهاوي، سماح (2014) مصداقية الصحف الالكترونية المصرية وعلاقتها باستخدام الشباب لها: دراسة ميدانية على الشباب المصري، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، المقالة6، العدد 4، المجلد 2014، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ص ص 228-245.
- صبري أبو فريخة، ميرال (2016) مدركات الصحفيين لسبل حماية النشر الصحفي على الانترنت والممارسات المهنية المتصلة بها، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 8، المجلد 2016، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 195-274.
- صفوت، ليديا (2020) أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية المصرية والتحديات التي تواجهها: دراسة تطبيقية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، الإصدار 29، عدد الربيع، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ص ص 148-188.
- صلاح السيد ابراهيم، رباب (2021) استراتيجية مقترحة لتنمية وعي المراهقين بأخلاقيات الرسالة الإعلامية في ضوء مبادئ التربية الإعلامية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 22 (جزء أول)، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 155-199.
- طه، منى (2020) مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية لدى الشباب الجامعي العربي في تغطية القرار الأمريكي بالاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 20، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 307-385.
- عادل، سها وجبار الكريزي، محمد وموفق، حسام (2018) الاندراغوجيا ومهنية الإعلام، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 20، يناير - مارس، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ص ص 96-107.
- عادل حبشي، نانسي (2016) التدايعات الأخلاقية والقانونية لانتهاك الصحافة لخصوصيات مصادر المعلومات في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية: بريطانيا نموذجا، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد6، مجلد2016، شتاء 2016، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 391-432.
- عبدالرحمن، سهى (2021) الممارسة المهنية والأخلاقية للمصور الصحفي أثناء تغطية أحداث الصراع بالصحف المصرية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 22 (جزء أول)، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 489-552.

- عبدالرحمن الزعبلوي، فوزي (2017) التوجهات المهنية للقائمين بالاتصال نحو ضوابط النشر الصحفي الإلكتروني في مصر، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 11، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 227-296.
- عبدالعزيز، ياسر (2018) تصورات الصحفيين لمفهوم التنظيم الذاتي وآلياته وإمكانية تطبيقها في المؤسسات الصحفية المصرية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 14 (الجزء الثاني)، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 307-333.
- عبدالمنعم التلاوي، رباب (2018) تحليل أخلاقيات الخطاب الإعلامي في المواقع الإخبارية الإعلامية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 14 (جزء أول)، ربيع، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 395-449.
- العشري، وائل (2020)، رؤية الصحفيين المصريين للضوابط المهنية والأخلاقية المنظمة لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وعلاقتها بأساليب الممارسة السائدة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، المقالة 2، العدد 28، المجلد شتاء، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ص ص 86-205.
- علال، حنان (2019) الأخلاقيات المهنية في زمن الإعلام الجديد، مجلة المعيار، عدد 45، المجلد 23، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبدالقادر، ص ص 829-846.
- عمار، شهرزاد والعربي، بو عمارة (2016) الأداء الصحفي وأخلاقيات الصحافة في ظل تطبيقات الويب الجديدة، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مجلد 3، عدد 1، مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبدالحميد بن باديس مستغانم، ص ص 6-33.
- فريد، رحيم (2014) أخلاقيات الإعلام الجديد، دراسة تحليلية على عينة من العاملين في المواقع الإلكترونية العراقية، مجلة آداب الفراهيدي، العدد الثاني، كانون، ص 61.
- متولي عرفات، إيمان (2018) مشروع ميثاق أخلاقي للصحافة الإلكترونية لدول مجلس التعاون الخليجي في ضوء تجارب المواثيق الأخلاقية العربية، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، مجلد 2018، إصدار 1، الصيف، اتحاد الجامعات العربية، ص ص 153-189.
- محمد محمود عبدالحميد، عمرو (2020) توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، عدد 55، الجزء الخامس، اكتوبر 2020، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ص ص 2797-2860.
- محمود صبيح، يسرا (2019) المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لصحافة المواطن عبر الإعلام الرقمي دراسة حالة للقائمين بالاتصال في قسم صحافة المواطن بموقع اليوم السابع، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، المقالة 7، العدد 26، المجلد 2019، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ص ص 422-394.
- منصور خيري، ماري (2016) تأثير نمط الملكية والمنافسة على معالجة الصحف المصرية لقضايا الصحافة والعلاقات بين الصحفيين، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، المقالة 9، العدد 14، المجلد صيف 2016، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ص ص 218-237.
- نبيل الأزرق، نرمين (2012) الاستعانة بصحافة المواطن في مواقع الصحف المصرية بين تحقيق الحق في الاتصال وتطبيق أخلاقيات المهنة: دراسة لإشكاليات وضوابط اتخاذ القرار لدى القائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 41، ص ص 121-162.
- نبيل الأزرق، نرمين (2018) اتجاهات الجمهور إزاء تغطية الجريمة في الصحافة المصرية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 13، مجلد 2018، شتاء 2018، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 1-52.

- نصر حسن ، هبة الله (2018) المسؤولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية ،المجلة العلمية لبحوث الصحافة ،العدد13 ،مجلد2018 ،شتاء 2018 ،قسم الصحافة ،كلية الإعلام ،جامعة القاهرة ،ص ص 441-487.

- Abdul Aziz Osman ,Azza (2013). The Factors behind the Stereotyped Image of Arab Woman in Western Media: An Arab Academic elite perspective, JKOM, article 13, vol.2, Summer 2013, p.p. 2-14.

- Mohamed Abdel Aziz, Fedaa (2016). News bias and determining the mechanism used for international events and their coverage of using Egyptian case as a precedent, JKOM, vol. 12, p.p. 2-15.

-Ehab, Mennat Allah (2020). Professional and ethical news values governing photo journalism portraying political issues in Egyptian news organizations, Thesis of PhD, Journalism Department, Faculty of Mass Communication, Cairo University.

- Ehab Salah Eldin, Mennat Allah (2018). Photojournalism's ethics in the digital age of manipulation, JKOM, vol. 23, p.p. 20-31.

ثانيا المراجع الأجنبية

-Auman, Ann, Stos, Suzan & Burch, Elizabeth (2020). Ethics without borders in a digital age, Journalism & Mass Communication Educator, 75(1), 9-15.

-A. Smithson, Bode , E. Vraga, Tully & others (2018). A multi-dimensional approach to measuring news media literacy, Journal of media literacy education, 7(3), 41-53.

-Ataman, Bora & Baris Çoban. (2018). Counter-surveillance and alternative new media in Turkey. Information, Communication & Society, 21(7), 1014-1029.

-Bahtiyar Kurambayev & Eric Freedman (2019): Ethics and Journalism in Central Asia: A comparative study of Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan and Uzbekistan, Journal of media ethics, 35(4) 4, 1-14.

-Brandtzaeg, P. B., Luders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L., & Folstad, A. (2016). Emerging journalistic verification practices concerning social media. Journalism Practice, 10(3), 323-342.

-C. Lewis, Seth and Oscar Westlund (2015). Big data and journalism: Epistemology, expertise, economics, and ethics, Digital journalism, 3(3), 447-466.

-Coddington, M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn, Digital Journalism, 3(3), 331-348.

-Castells, Manuel, 2009, Communication power, Oxford: Oxford University Press.

-Curtis, Montgomery 1966, The responsibilities of the press, New York, Fleet publication.

-Clerwall, C. (2014). Enter the Robot Journalist. Users' perceptions of automated content Journalism Practice, 8(5), 519-531.

-Coddington, M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, Computational Journalism and computer- assisted reporting. Digital Journalism, 3(3), 331-348.

-Chishala, Francis (2015) Etical challenges posted by online media to journalism, New media and social media research, June, 1-18.

-Carlson, M. (2015). The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. Digital Journalism, 3 (3), 416-431.

-Cohen, S.; Hamilton, J.; Turner, F. (2011). Computational journalism. Communications of the ACM, 54 (10), 66-71.

-Destiny, Oberiri & Omar, Bahyiah (2021). The ethical challenges and issues of online journalism practice in Nigeria:What do professionals and academics think, Technology of society, 67(c).

-Deuze, Mark & Witschge, Tamara (2017). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism, Journalism , 19 (2), 165-181.

- Denis Wu, H & Ann Lambert, Cheryl (2016) Impediments to Journalistic Ethics: How Taiwan's Media Market Obstructs News Professional Practice, Journal of Media Ethics, 31(1), p35-50.

- Diaz Cambo, Jesus & Segado-Boj, Francisco (2015). Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the internet and ICT's in countries around the world, Telematics and informatics, 32(4), 735-744.

- Díaz-Campo,Jesus & Chaparro-Domínguez,María-Ángeles (2020). Computational journalism and ethics: An analysis of deontological codes of Latin American, Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes, vol. 18, 10 - 32. .

-Eltunbey Ozbay, Feyza & Alatas, Bilal (2019). Fake news detection within online social media using supervised artificial intelligence algorithms, Physica A, Statistical mechanics and its applications, vol.540, 15 February.

-Galily, Yair ,2018, Artificial intelligence and sports journalism: Is it a sweeping change, Technology in Society, vol. 54, 47-51.

- Graves,L. (2016). Anatomy of fact check: Objective practice and the contested epistemology of fact checking, Communication, culture & critique, 10(3), 518-537.

Hermida, A. (2012). Tweets and truth: Journalism as a discipline of collaborative verification. Journalism Practice, 6(5), 659-668.

- Heyns, Christof & Sharath Srinivasan (2013). Protecting the right to life of journalists: The need for a higher level of engagement, *Human rights quarterly*, 35(2), May, 304 -332.

-II, Scott, Eldridge & Bob Franklin, Bob (2019). Introducing the complexities of developments in digital journalism studies. In Scott Eldridge II & Bob Franklin (Eds.), *The Routledge handbook of developments in digital journalism studies*. Abingdon: Routledge.

-J. A. Ward, Stephen (2014). *Digital media ethics*, School of Journalism and Mass Communication, University of WISCONSIN- MADISON, look at <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/>

-J. A. Ward, Stephen (2018). *Disrupting Journalism Ethics Radical Change on the Frontier of Digital Media*, Routledge, 1st edition.

- Jamil, Sadia (2018). Safety Threats, Impunity, and Professionalism: Journalists' Dilemma in Pakistan, *Sociology and Anthropology Journal*, 6 (7), 571-578.

- Jamil, Sadia (2017). Freedom of expression and journalists' safety: An analysis of conflict reporting and peace journalism education in Pakistan, *Journal of the Association of Journalism Education*, 6 (2): 7-16.

- Jozwiak, Magdalena (2016). Balancing the rights to data protection and freedom of expression and information by the court of justice of the European Union: The vulnerability of rights in an online context, *Maastricht Journal of European and comparative law*, June1, 23 (3), 404-420.

-Jonas Colliander, Jonas (2019). This is fake news investigating the role of conformity to other users' views when commenting on and spreading disinformation in social media, *Computers in human behavior*, vol. 97, August, 202-215.

- Luo, Di (2017). *Understanding human rights journalism in the context of China: The case of the Beijing Olympics*, Doctoral thesis, Northumbria University.

-Lowery, W. (2017). The emergence and development of news factchecking sites, *Journalism Studies*, 18(3), 376-394.

-L McPhail, Thomas (2014). *E-colonialism Theory: How Trends are changing the World*, In: *Global communication*, 4th edition, Wiley.

Mari, Will 2019, *A short history of disruptive journalism technologies: 1960-1990*, New York, Routledge.

-Mažylė, Jolanta (2015). The Issue of Responsibility for Online Comments (the Lithuanian Case), *International Journal of Arts and Commerce*, 4 (2), 64-76.

-Miendl, James & Ivy, Jonathan (2017). Mass shootings: The role of the media in promoting generalized limitation, *American journal of public health*, 107(3),.368.

-Monti, Matteo (2019). Automated journalism and freedom of information: Ethical and juridical problems related to AI in the press field, *Opinio Juris in comparatione, Studies in comparative and national law*, vol.1.

- Montal, T. & Reich, Z. (2017). I, robot. You, journalist. Who is the author?. *Digital journalism*, 5 (7), 829-849.
- Murthy, C. (2018). Safety and security of journalists: Yet awaiting intervention from Indian academy and industry. *Asia Pacific Media Educator*, 28(1), 1–19.
- Moyo, last (2015). Digital age as ethical maze: Citizen Journalism ethics during crises in Zimbabwe and South Africa, *African journalism studies*, 36 (4), 125-144.
- Moor, James (1985). What Is Computer Ethics?, In T. W. Bynum (ed.), *Computers and Ethics*. Blackwell.
- Moor, James (2005). Why We Need Better Ethics for Emerging Technologies, *Ethics and Information Technology*, 7(3), 111–119.
- Nandi Etika, David (2019). Citizen Journalism and its impacts on professional journalism in progressives society: A study of 2019 governorship election in Cross River state”, *International Journal of Recent Advances in Psychology & Psychotherapy*, 3 (1), 13-23.
- Nyhan, B., & Reifler, J. (2015). The effect of fact checking on elites: A field experiment on U.S. State legislators, *American Journal of political science*, 59(3), 628-640.
- NKechi, M. Christopher, O. Onwuka, (2013). Media ethics in the development of journalism in Nigeria, *Central European journal of communication*, 33-50.
- N. Alazrak, Nermeen & Saleh, Alamira Samah (2016). Uploading ideology: Reading Egyptian social capital using Facebook lenses, In: *Debates for the digital age, the good, the bad and the ugly of our online world*, (Ed: Danielle Sarver Coombs and Simon Collister), vol.2, PRAEGER.
- Narwel, Bhawna (2018). Fake news in digital media, *International Conference on advances in computing, communication control and networking*, 977-981.
- Nicolas Dorr, Konstantin & Hollnbuchner, Konstantin (2017) Ethical challenges in algorithmic journalism, *Digital Journalism*, 5(4), 404-419.
- Okpara, Ngozi (2015). The ethical of citizen journalism practice: A case study of 2015 presidential Election in Nigeria, *The European Conference on Media, Communication and Film*, Pan-Atlantic University, Lagos, Nigeria.
- Osburn, Joe, Guy Caruso & Wolf Wolfensberger (2011). The concept of best practice: A brief overview of its meanings, scope, uses and shortcomings, *International Journal of Disability, Development, and Education*, 58(3), 213-222.
- P.Vos, Tim & Ferrucci, Patrick (2018). Who am I? Perceptions of digital journalists’ professional identity. In S. Eldridge II & B. Franklin (Eds.), *Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies*, New York: Routledge, 40-52.

-Paul, Shovon & Jubair Islam , Shaila Sarker (2019). Fake news detection in social media using Blockchain, 7th international conference on smart computing and communication.

-Perreault, Gregory & Ferrucci, Patrick (2020). What is digital journalism? Defining the practice and role of the digital journalist, *Digital Journalism*, 8 (10), December 2020, 1298- 1316.

-Perreault, Gregory & Stanfield, Kellie (2019). Mobile Journalism as Lifestyle Journalism? Field Theory in the integration of mobile in the newsroom and mobile journalist role conception. *Journalism Practice*, 13(3), 331-348.

-Rob Procter, Rob Farida Vis & Alex Voss, (2013). Reading the riots on Twitter: Methodological innovation for the analysis of big data, *International Journal of Social Science*, 16 (3), 197-214.

-Rokkan, Stein (1970). Citizens elections parties: Approaches to the comparative study of the processes of development, Oslo University.

-Rokkan, Stein & Seymour Lipst (1967). Party systems and voter alignments, Free Press.

-Shaori Alash, Herely & others, 2018, Fake news identification characteristics using named entity recognition and phrase detection, 10th International Conference on information technology and electrical engineering, 12-17.

- Seo, S. (2020). We see more because we are not there: Sources norms and routines in covering Iran and North Korea. *New media & society*, 22(2), 283-299.

-Steensen, Steen & Ahva, Laura (2015). Theories of journalism in a digital age: An exploration and introduction, *Journalism practice*, 9 (1), 1-18.

-Suarez Villegas, J.C. (2015). Ethical and deontological aspects of online journalism. Their perception by journalists, *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 70, 91-109. he persistent effects of corrected misinformation. *Belief echoes: The persistent effects of corrected misinformation*, 33(3), 460-480.

- Thorson, E. (2016). *Belief echoes:*

-Thurman, N.; Dörr, K. & Kunert, J. (2017). When reporters get hands - on with robo - writing. *Digital journalism*, 5 (10), 1240-1259.

-Tihinen, Maarit, Teppola, Susanna & others (2017). Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice, *International Journal of Information Systems and Project Management*, 5(1), 2017, 63-77.

-Tamiko Halualani, Rona S. Lilly Mindoza & Jolanta A. Drzwiecka, (2009). Critical junctures in intercultural communication studies: A review, the review of *Communication*, 9 (1), January, 17-35.

-TITLOLA GBADEYAN, BERNICE (2021). SOCIAL MEDIA AND JOURNALISM ETHICS IN NIGERIA: A STUDY OF JOURNALISTS IN KWARA STATE OF NIGERIA, INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE AND HUMAN RESEARCH,4 (3) MARCH.

- Uscinski, J.E. (2015). The epistemology of fact checking (Is still Naïve): Rejoinder to Amazeen, *Critical Review*, 27(2), 243-252.

- Uscinski, J.E., & Butler, R. W. (2013). The epistemology of fact checking, *Critical Review*, 25(2), 162-180.

- Varzandeh, Somayyeh (2020). “The Impact of Technology on Journalism”, *International Journal of Advance Engineering and Research Development*, 5 (2), February, p p 550- 555.

-VAN DEN HOVEN, JEROEN (2017). ETHICS FOR THE DIGITAL AGE: WHERE ARE THE MORAL SPECS, IN BOOK: INFORMATICS IN THE FUTURE, 65-76.

-Verma, Abhishek , V. Mittal & S. Dawn (2019). Fake information and news detections using deep learning, 12th International conference on contemporary computing, 1-7.

-Vizoso, A., & Vazquez-Herrero, J. (2019). Fact-checking platforms in Spanish. Features, Organization and method. *Communication & Society*, 32(1), 127-142.

-Walid Al saqaf, Walid & Picha Edwardsson, M (2019). Could Blockchain save journalism an explorative study of Blockchain’s potential to make journalism a more sustainable business: 0.3, (ed) Massimo Ragnedda & Giuseppe Destefanis, London, Routledge, 97-113.

-Wintersieck, A. L. (2017). Debating the truth: The impact of fact-checking during electoral debates. *American Politics Research*, 45(2), 304-331.

-Wallerstein, Immanuel (1974). The rise and future demise of the world capitalist system: Concepts for comparative analysis, *Comparative studies in society and history*, 16 (4), 387-415.

-Yahaya Nasidi, Qribu (2016). Media and ethics: Journalism ethics in Nigerian news media, *Journal of Humanities and social sciences*, 21(12), 1-6.

- Young, M. L.; Hermida, A. & Fulda, J. (2018). What makes for great data journalism? A content analysis of data journalism awards journalists 2012–2015. *Journalism Practice*, 12 (1), 115-135.

Summary:

“A future vision about digital media ethics research”

The vision was conducted after reviewing, with an analytical and critical scope, the previous research work in the field of thematic “digital media ethics” from different regions and consequently representing different academic schools globally. This analytical research was presented according to main relevant aspects; media communicators, audience, code of ethics, media institutions, ethical/unethical practices, ethical and unethical content, citizen journalism and its ethical/unethical consequences and the role of new technological tools in attaining media and journalism ethics. The study focused on tracing, analyzing and criticizing all the relevant studies during a decade starting from 2011- till 2021 which demonstrated the considerable shift in the journalism ethics. The study revealed that there are new problematic issues which are resulted because of the digitization and the different societies suffer from these undesirable problems; such as privacy invasion, identity theft, electronic plagiarism, interception, and deep fake. The study revealed also that the African school shows advanced attention to the issues of digital journalism ethics and presented multiple important studies which reflect their culture and their sociopolitical circumstances, on the other hand the American and European academic schools pay attention to some specific digital journalism ethical issues, specially which are relevant to the misleading, privacy invasion and fake news focusing on how to prevent or decrease such violations by using robotics and artificial intelligence. Theories such as social responsibility, public interest and media dependency were used form various researchers to enhance the role of the digital journalism ethics.

الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات الأخبار الزائفة

دراسة تحليلية من المستوى الثاني

إعداد

د. سمر عز الدين جلال

الأستاذ المساعد بقسم الصحافة – كلية الإعلام

جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب MSA

ملخص الدراسة:

تمارس بعض الصحف دوراً في نشر الأخبار الزائفة وبخاصة في أوقات الأزمات مثل وقت الحروب والصراعات وانتشار الأوبئة لتضليل المجتمع وبث الخوف وعدم ثقة لدى المواطنين. تنتمي الدراسة إلى مجموعة الدراسات الوصفية التي تتعدى مرحلة الرصد إلى تحليل الظاهرة وتفسيرها لنتائج البحوث والدراسات التي تناولت بحوث الأخبار الزائفة في الصحافة والتي تفضى إلى وجود اتجاهات مختلفة للدراسات والبحوث التي تتناول الأخبار الزائفة في الصحافة . طبق البحث على بحوث الصحافة التقليدية والرقمية العربية والأجنبية، حيث تم التركيز في تحليل البحوث على السنوات الأخيرة (2017-2021) طبقاً لحدثة الإنتاج العلمي، واستخدام أسلوب العينة المتاحة في تحديد عينة البحوث العربية في مجال الأخبار الزائفة في الصحافة، واستخدام أسلوب العينة العمدية في اختيار البحوث الأجنبية والتي اشتملت على 109. توصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها اتضح من الدراسات السابقة تفوق عدد البحوث الكمية على عدد البحوث الكيفية؛ وكذلك زاد استخدام المنهج المسحي بشقيه التحليلي و الميداني بشكل اكبر من المناهج الأخرى؛ لذلك فنحن بحاجة الي المناهج النقدية و التجريبية بشكل اكبر في مجال الصحافة الزائفة لما سيكون له اكبر الأثر في فهم هذه الظاهرة من جميع أبعادها.

كان أكثر الأطر النظرية تطبيقاً في دراسات الأخبار الزائفة هو الاتجاه الجديد لمدخل الممارسة المهنية حيث يركز هذا المدخل على القائم بالاتصال باعتباره طرفاً أساسياً له أثره في فعالية الرسالة الاتصالية، ومن أهم العوامل اللازمة لنجاح أي عمل إعلامي ، والوصول إلى تحقيق الأهداف التي تسعى الوسيلة الإعلامية إلى تحقيقها، كما ينظر هذا المدخل إلى مفهوم المهنة على أنه يشير إلى الوظائف التي تتطلب معرفة متخصصة إلى حد كبير ، وتستلزم مهارات تكتسب جزئياً من خلال التدريب الذي يستند إلى أسس نظرية وليست الممارسة فقط.

كلمات مفتاحية: الاخبار الزائفة، اخلاقيات الصحافة، التشريعات الصحفية

مقدمة:

تمارس بعض الصحف دوراً في نشر الأخبار الزائفة وبخاصة في أوقات الأزمات مثل وقت الحروب والصراعات وانتشار الأوبئة لتضليل المجتمع وبث الخوف وعدم ثقة لدى المواطنين، وقد ساعدت التقنيات الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي على صياغة ونشر الأخبار

المضلة، وتساعد تأثير الصحف الإلكترونية عبر شبكات التواصل الاجتماعي مما أدى إلى تزايد قدرة الأفراد على صياغة و بث الأخبار، بالإضافة إلى تعدد الفاعلين المشاركين في هذه الصناعة، فتعتبر الأخبار الكاذبة أو "Fake News" معلومات خاطئة تصدر عن عمد أو غير عمد لغرض خداع القارئ أو المتتبع للأخبار أو التشويش عن شخص أو حدث أو ظاهرة معينة، وأصبح من السهل الحصول عليها من قبل وسائل الإعلام دون التثبت أو التدقيق فيها، حيث يكون مصدرها غالباً وسائل الإعلام غير المؤسسية.

كما أن اعتماد الصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات زاد من انتشار الأخبار الزائفة وجعل القارئ يعزف عن قراءة الصحف لعدم مصداقيتها في الأخبار الموضوعات والقضايا التي يهتم بها ، لذا يجب على الصحفيين الحصول على دورات على الطرق والأساليب المستحدثة لمكافحة الأخبار الزائفة .

وستتناول الدراسة الحالية رصد وتحليل من المستوي الثاني للأخبار الزائفة في الصحف للوقوف على الاتجاهات البحثية والأطر النظرية والمنهجية والأدوات لهذه الدراسات في كلا من البحوث العربية والأجنبية.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

في ضوء ما فرضته التطورات الرقمية الحديثة في الصحافة بعد أن استفادت من تقنيات التواصل الاجتماعي وأصبح لها مواقع الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وقيام بعض الجهات والجماعات المعادية لمصر بانتحال صفحات الصحف عبر مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الأخبار الزائفة لتضليل المواطنين ونشر الفرقة والانقسامات بينهم ولتزييف الوعي والحاق الضرر بالفرد والمجتمع ، نتيجة لذلك تعالت الأصوات التي تنادى بأهمية مراجعة البحوث العلمية في مجال الأخبار الزائفة في الصحافة لاستكشاف جوانب القوة والضعف في تلك الدراسات ورصد أفكارها واهتماماتها ومناهجها وأدواتها ونظرياتها ونماذجها، ورصد الاتجاهات الحديثة في مجال الصحافة والأخبار الزائفة .

وتقديم أيضاً رصد تحليلي وتفسيري للمداخل الفكرية والاقتراحات النظرية التي تم الاستعانة بها في دراسات وبحوث الأخبار الزائفة، كما ترصد المناهج والأدوات البحثية المستخدمة بهدف تقديم رؤية نقدية لهذه التيارات البحثية وأخرى استشرافية لتطوير الجهود في مجال دراسات

الأخبار الزائفة، وبما يسهم في إعطاء صورة حديثة عن واقع الاتجاهات البحثية السائدة في الدراسات الصحفية في مجال الأخبار الزائفة، ووصولاً لعرض لرؤية مستقبلية لبحوث الأخبار الزائفة في الصحافة.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

شهدت الساحة الأكاديمية العديد من النقاشات الجادة حول دراسات وبحوث الأخبار الزائفة في الصحافة حيث تعد من أبرز الأبحاث الإعلامية الهامة التي من المفترض أن تسعى إليها المؤسسة الصحفية إلى ترسيخ أخلاقيات العمل الصحفي والتشريعات الإعلامية من هذا نكتسب الدراسة أهمية خاصة من الموضوع الذي تنصدي له ولاسيما في ضوء تعاضد دور الصحافة وبخاصة الصحافة الإلكترونية في نشر الأخبار الزائفة مجهولة المصدر مما يضر بالأفراد والشخصيات العامة والسياسية والمؤسسات الحيوية بالدولة.

وتأتى أهميتها من مراجعاتها للعديد من أحدث الدراسات المنشورة في الدوريات العربية والأجنبية المهمة ببحوث ودراسات الأخبار الزائفة المنشورة في دوريات علمية ومؤتمرات وتقصيتها للدراسات الصحفية المرتبطة بالأخبار الزائفة في العديد من قواعد المعلومات البحثية والأكاديمية الإلكترونية بهدف رصد وتحليل اتجاهاتها الحديثة بالأخبار الزائفة وتقديم رؤية عامة للاتجاهات السائدة بما يساعد في إثراء المكتبة الإعلامية العربية.

وأيضاً ندرة الأدبيات العلمية التي استهدفت تقييم ومراجعة بحوث الأخبار الزائفة في الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، وكذا ندرة الدراسات والبحوث التي بينت جوانب القصور والقوة في هذه الدراسات، بالإضافة إلى عدم معرفة بعض الباحثين بالتطورات الحديثة التي طرأت على الاتجاهات البحثية الحديثة في مجال الأخبار الزائفة في الدراسات الصحفية.

رابعاً: أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي:

تستهدف الدراسة رصد وتحليل الاتجاهات البحثية الحديثة في مجال الأخبار الزائفة في الصحافة في مصر وخارجها من خلال عرض الدراسات العلمية المنشورة في الدوريات الأكاديمية الأجنبية وأوراق وبحوث المؤتمرات والندوات الدولية والمحلية بالإضافة إلى الدراسات الموجودة في قواعد البيانات وفي الكتب المتخصصة الصادرة بمختلف توجهاتها ومعارفها، خلال الفترة من 2017-2021 في مختلف المدارس البحثية.

الأهداف الفرعية:

- رصد أبرز الاتجاهات والتيارات البحثية السائدة في مجال بحوث الأخبار الزائفة في الصحافة المصرية والأجنبية و التعرف علي أبرز أفكارها وتصوراتها.
- تقديم رؤية نقدية للتراث العلمي العربي والأجنبي في مجال دراسات بحوث الأخبار ومن هنا تتبلور إشكالية الدراسة الراهنة في رصد المعالم الرئيسية للاتجاهات البحثية الجديدة في مجال الأخبار الزائفة في الصحافة، وإبراز أخلاقيات والتشريعات الصحفية لمكافحة الأخبار الزائفة، وإبراز ملامح التغيير أو التطور في هذه الاتجاهات، والتوقف عند أبرز محاورها مع إعطاء أمثلة لدراسات حديثة تبنت أفكار وتوجهات ذلك الاتجاهات.
- الزائفة في الصحافة.
- اكتشاف الموضوعات والقضايا والإشكاليات التي تناولتها هذه الدراسات والبحوث.
- رصد الأطر النظرية والفكرية المنهجية المستخدمة.
- تقديم رؤية مستقبلية تساعد على سد الثغرات في الإنتاج العلمي وتطوير الجهود البحثية والأكاديمية واقتراح أجندة بحثية يمكن للباحثين الاسترشاد بها في الفترة المقبلة.
- تقديم مقترحات توصيات المتعلقة بالاتجاهات الحديثة والمستقبلية حول أخلاقيات وتشريعات لمكافحة الأخبار الزائفة في الصحافة.
- دراسة التشريعات وأخلاقيات الصحافة والقوانين التي يمكن ان تحد من انتشار وتداول الأخبار الزائفة.

رابعاً: الإطار المنهجي:

١- نوع الدراسة:

تتنمى الدراسة إلى مجموعة الدراسات الوصفية التي تتعدى مرحلة الرصد إلى تحليل الظاهرة وتفسيرها لنتائج البحوث والدراسات التي تناولت بحوث الأخبار الزائفة في الصحافة والتي تفضى إلى وجود اتجاهات مختلفة للدراسات والبحوث التي تتناول الأخبار الزائفة في الصحافة .

٢- موضوع الدراسة:

تتناول هذه الدراسة بالتحليل بحوث ودراسات الصحافة التقليدية والرقمية العربية والأجنبية التي تناولت الأخبار الزائفة في الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية من خلال تحليل الموضوعات والأطر والمنهجية للبحوث والذي يمكن من خلاله ، الوصول لعرض تحليلي نقدي مع مقارنة الاتجاهات البحثية والأطر النظرية والمنهجية لهذه الدراسات في كل من البحوث العربية والأجنبية .

منهج الدراسة:

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 قيماً للبيانات التطبيقية كما يوفر للباحثين معلومات يمكن الاستفادة منها في معالجة مشكلات بحثية مهمة كما يعرف بإعادة تحليل البيانات (data analysis) ويعتمد هذا على المنهج على التحليل الكيفي للدراسات العلمية التي تتناول الأخبار الزائفة في الصحافة والمنشورة في الإطار الزمني من عام 2017 حتي عام 2021، ويسمح هذا الإطار برصد وتوصيف وتحليل الاتجاهات البحثية المختلفة والتطورات الذي يحدث في القضايا ورؤى وأفكار الباحثين في المجال.

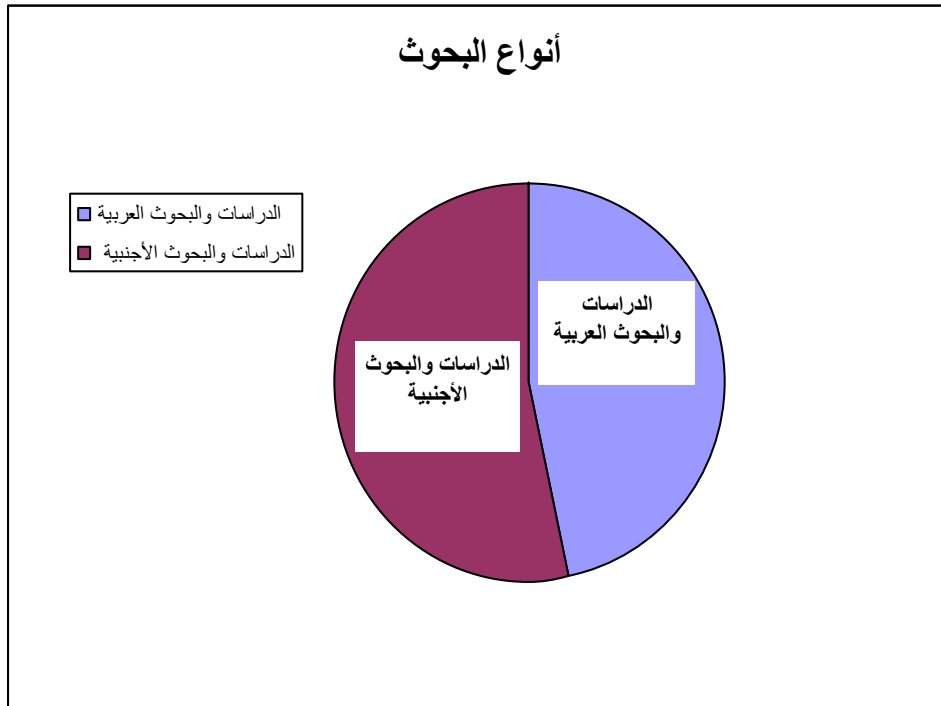
سادسا: المفاهيم الإجرائية:

- 1- **الأخبار الزائفة:** وهي معلومات كاذبة أو مضللة تتخذ هيئة أخبار حقيقية. بشكل عام، تنقسم الأخبار الكاذبة إلى فئة الأخبار المضللة عمداً، أي أن الأشخاص الذين ينشرونها يعرفون أنها كاذبة، ولكنهم ينشرونها على أي حال. وقد يكون لتزييف وعي الرأي العام.
- 2- **أخلاقيات الصحافة:** مجموعة المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة، التي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء، ونشرها، والتعليق عليها، وفي طرحهم لأرائهم، وقيامهم بوظائف الصحافة المختلفة.
- 3- **الضوابط الأخلاقية للصحفيين:** وهي مجموعة منظومة من المبادئ والمعايير التي تحكم سلوك الصحفيين في نشر المعلومات وتساعدهم على اتخاذ القرارات في المواقف المختلفة، وتحدد لهما هو صواب وما هو خطأ، لتقليل المخاطر التي يمكن أن تلحق بهم وبالآخرين.

4- التشريعات الصحفية: وهي القوانين المنظمة للعمل وسير العمل الصحفي والإعلامي وعدم التعدي على حقوق وحرريات الآخرين على حدٍ سواء.

ثامناً: مجتمع وعينة الدراسة:

طبق البحث على بحوث الصحافة التقليدية والرقمية العربية والأجنبية، حيث تم التركيز في تحليل البحوث على السنوات الأخيرة (2017-2021) طبقاً لحدائثة الإنتاج العلمي، واستخدام أسلوب العينة المتاحة في تحديد عينة البحوث العربية في مجال الأخبار الزائفة في الصحافة، واستخدام أسلوب العينة العمدية في اختيار البحوث الأجنبية والتي اشتملت على 109 دراسة وبحث باللغة العربية والأجنبية حيث يتحدد الإطار الموضوعي لمجتمع التحليل في مجموعة البحوث المنشورة باللغتين العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع البحث والتي استطاعت الباحثة الحصول عليها من خلال المسح الشامل للمكتبتين العربية والأجنبية سواء من خلال المكتبات التقليدية أو من خلال قواعد البيانات والمعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت خلال الفترة الزمنية المحددة.

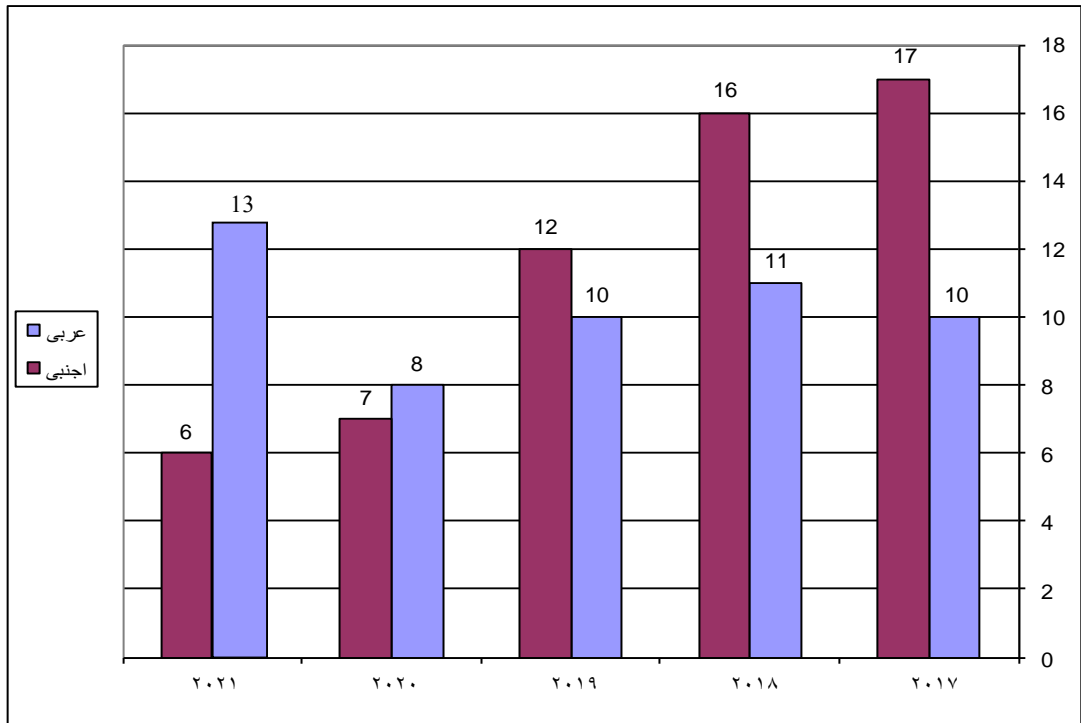


"أنواع الدراسات والبحوث من حيث لغة النشر"

تبين من نتائج الجدول السابق أن الدراسات العربية بلغت نسبتها 46.8% نحو 51 دراسة و 58 دراسة أجنبية نحو 53.2% من إجمالي الدراسات مما يحدث توازن في النتائج فيما بين المدرسة العربية والأجنبية ونظراً لاهتمام المدرسة العربية في السنوات الأخيرة بالأخبار الزائفة في الصحافة التقليدية والرقمية واستخداماتها على أرض الواقع نتج عنه دراسات وبحوث في العديد من الدول العربية على رأسها مصر وبعض الدول العربية مثل الأردن والسعودية والجزائر

عينة الدراسة:

ركزت الدراسة على البحوث العلمية المنشورة في الدوريات العلمية المحكمة خلال السنوات من 2017- حتى 2021 ، وتم اختيار عينة عمدية من الدراسات التي تتوفر فيها المعايير سابقة الذكر ، والتي تحقق الهدف الرئيسي من العرض التحليلي، وتم استثناء الدراسات التي لا ترتبط بهدف العرض التحليلي مباشرة ، أو التي لا تقدم معلومات وافية عن المشكلة البحثية أو التصميم المنهجي أو غير ذلك من فئات التحليل .



شكل رقم (2) توزيع العينة طبقاً لسنوات النشر

تشير بيانات الجدول إلى توزيع البحوث حسب سنوات النشر، ويلاحظ من البيانات السابقة، على مستوى الدراسات العربية أن حجم الاهتمام ببحوث الأخبار الزائفة في الصحافة خلال عام 2017 و عام 2019 تكاد تكون متساوية، وزاد حجم الاهتمام ببحوث الأخبار الزائفة في الصحافة خلال عام 2021، ويمكن تفسير ذلك في الصراعات والحروب والأوبئة التي تتعرض لها المنطقة العربية، كذلك نجد أن حجم الاهتمام ببحوث الأخبار الزائفة في الصحافة خلال الفترة من 2017م حتي 2018م كان مرتفعاً في البحوث الأجنبية عنه في العربية.

وتضمنت عينة التحليل كافة البحوث والدراسات التي تم الحصول عليها خلال الفترة الزمنية الممتدة من بداية عام 2017م حتي نهاية عام 2021م، وهي الدراسات التي خضعت للتحليل في هذه الدراسة مع استبعاد الدراسات التي لا ترتبط بهدف العرض التحليلي، وذلك من أجل الخروج ببعض المؤشرات الكمية التي تفيد الباحثة في الحصول على نتائج موضوعية، ثم تأتي بعد ذلك مرحلة تصنيف الدراسات والبحوث في إطار الاتجاهات البحثية تمهيداً لعمل تحليل نقدي مقارنة لهذه الاتجاهات التي تم الحصول عليها في مجال الأخبار الزائفة في الصحافة .

جمع البيانات: اعتمدت الباحثة في جمع بيانات هذه الدراسة على قواعد البيانات كمصدر أساسي لجمع وتحليل الدراسات العربية والأجنبية المنشورة وأهمها:

قواعد جمع البيانات

قاعدة Google Scholar	- قاعدة بيانات research gate
-بيانات	- قاعدة بيانات EBSCO
Springer	- قاعدة بيانات Sage Publication
- قاعدة بيانات	- قاعدة بيانات Emerald Insight
- موقع اتحاد مكنتبات الجامعات العربية .	- قاعدة بيانات Web of Science
- مكتبة كلية الإعلام جامعة القاهرة .	- قاعدة بيانات Willey
- المكتبة المركزية لجامعة القاهرة	- قاعدة بيانات Scopus
- المكتبة الرقمية بينك المعرفة المصري	
- موقع اتحاد مكنتبات الجامعات العربية	

وتم البحث في هذه القواعد على المجلات العلمية والأجنبية التالية :

- International Journal of communication	- journal of Social Media and Society
-Int J Media Journal Mass Commun	- Asia Pacific Media Educator Journalism
-Journal of Pragmatics	- Social Media & Society
-New Media & Society journal	- Int J Media Journal Mass Commun
-Newspaper Research Journal	- Global Media and China
-Journalism Studies	- Media and Communication
-Journalism & Mass Communication Quarterly	- Journalism & Mass Communication Quarterly
- Practice and implications for journalism	- Journal of Broadcasting & electronic Media
- Digital Threats: Research and Practice	
- Communication and Ethics in Society	

كما قامت الباحثة بالبحث في بعض المجلات العلمية المحكمة في مجال الإعلام والاتصال ومنها:
- المجلة المصرية لبحوث الإعلام والمجلة المصرية لبحوث الرأي العام والمجلة العلمية لبحوث الصحافة.

- مجلة بحوث الشرق الأوسط ومجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر.

- بالإضافة إلى العديد من المجلات العلمية الأخرى بالمملكة العربية السعودية والأردن والجزائر وبعض الدول العربية الأخرى.

الاتجاهات الحديثة في بحوث الأخبار الزائفة في الصحافة:

المبحث الأول: يتضمن عرض الدراسات السابقة بأسلوب منهجي يرصد قضية الأخبار الزائفة والأطر المنهجية والنظرية وإضافة النتائج.

المبحث الثاني: التحليل النقدي للدراسات عينة التحليل ومناقشة نتائج التحليل بناء على فئة الموضوعات البحثية والأطر والتصميمات المنهجية وأهم النتائج.

المبحث الثالث: العرض التحليلي النقدي إضافة إلى الخلاصة وأهم التوصيات التي يقترحها العرض.

المبحث الأول: استعراض الدراسات عينة التحليل من خلال الاتجاهات البحثية الرئيسية التالية: بناء على ما توصلت إليه الباحثة من دراسات في مجال الأخبار الزائفة والمتمثلة في جمع المادة الإعلامية ومصادر المعلومات الصحفية حول الأخبار الزائفة وآليات مواجهتها ، وأمكن تقسيم الإنتاج الفكري إلى الاتجاهات التالية :

جدول رقم (2) : كيفية توصيف العينة داخل البحث

الاتجاه البحثي	عينة الدراسة				
	الدراسات العربية	الدراسات الأمريكية	الدراسات الأوروبية	الدراسات الآسيوية	الإجمالي
	ك	ك	ك	ك	
مصادر الأخبار الزائفة في لصحافة	10	9	9	6	34
الأخبار الزائفة في الصحافة وتأثيراتها على المستخدمين	24	4	3	0	31
المعالجة التقنية للأخبار الزائفة في الصحافة	9	4	4	1	18
أخلاقيات الممارسة المهنية في الصحافة	8	7	7	4	26
الإجمالي	51	24	23	11	109

يتضح من الجدول السابق تنوع الاتجاهات البحثية لبحوث الأخبار الزائفة في الصحافة من عام 2017م حتي عام 2021، وتصدر قائمة الاهتمامات دراسات مصادر الأخبار الزائفة في

الصحافة بنحو 34 دراسة ويليها في الترتيب الثاني الأخبار الزائفة في الصحافة وتأثيراتها على المستخدمين بنحو 31 دراسة ، ويليها أخلاقيات الممارسة المهنية في الصحافة ب 26 دراسة وأخيرا المعالجة التقنية للأخبار الزائفة في الصحافة بنحو 18 دراسة.

كما يشير الجدول أن الدراسات العربية جاءت في الترتيب الأول في الاهتمام بالمعالجة التقنية للأخبار الزائفة بنحو 24 دراسة، في حين تفوقت المدرسة الأوربية والأمريكية في مصادر الأخبار بنحو 18 دراسة مقابل 10 دراسات عربية فقط .

■ أولاً: الاتجاه البحثي الأول: مصادر الأخبار الزائفة في الصحافة:

أصبحت "الأخبار الكاذبة" "صناعة" متكاملة الأركان نتيجة الطفرة الهائلة في تقنيات وأساليب صياغة ونشر الأخبار المضللة، وتساعد تأثير المنصات الصحفية الإلكترونية ومواقع الصحف عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتزايد قدرة الأفراد على صياغة و بث الأخبار، بالإضافة إلى تعدد الفاعلين المشاركين في هذه الصناعة.

ويشير مفهوم الأخبار الكاذبة وهي أخبار وقصص أو خدع تم إنشاؤها لتضليل القراء أو خدعاهم عمداً، عادة يتم إنشاء هذه القصص إما للتأثير على آراء الناس ، أو دفع أجندة سياسية أو التسبب في الارتباك ، ويمكن أن تكون في الغالب تجارة مربحة للناشرين عبر الإنترنت ، ويمكن للقصص الإخبارية الزائفة أن تخدع الأشخاص من خلال البحث عن مواقع موثوق بها أو أسماء وعناوين ويب مشابهة لمؤسسات صحفية لها أسم وسمعة طيبة ، ومع التقدم في تقنيات الصحافة وبخاصة الصحافة الرقمية يعتمد الصحفيون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات حول الموضوعات والقضايا التي تطرحها ومن ثم قد تكون أخبار كاذبة غير معروفة المصدر تحدث بلبلة بين المواطنين فالأخبار الكاذبة أو " Fake News "معلومات خاطئة تصدر من قوي فاعله لها عن عمد لغرض خداع القارئ أو المنتبّع للأخبار أو التشويش على شخص أو حدث أو ظاهرة معينة.

وفي هذا الشأن استهدفت دراسة (Oliveira 2021) رصد مصادر الشائعات ، والتحقيق في الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة المتعلقة بالأخبار الطبية التي يتم تناولها علي مواقع التواصل الاجتماعي وتكون مصدر للمعلومات ينقل منها الصحفي ؛ حيث أوضحت الدراسة التحديات والتوصيات التي لا بد ان يتم طرحها في المستقبل وقامت الدراسة بتحليل ٦٩ مقالا أكاديميا حتي ابريل ٢٠٢١ بالمواقع التالية: twitter, youtube and Facebook حيث تبين أن أغلبية المقالات تستهدف معرفة رد فعل الجمهور تجاه الأخبار المتعلقة بالصحة و الأخبار

الطبية؛ وأشارت بضرورة اهتمام القطاعات الصحية والطبية بتقديم منصات علي الانترنت مزودة بالبيات حديثة من اجل نشر الأخبار الصحية الصحيحة حتي تتأكد من ان الجمهور يتعرض لمعلومات دقيقة غير مضللة, بينما تناولت دراسة (زايد ، 2021) العلاقة بين مستوى المواطنة الرقمية لدى الشباب الجامعي وإدراكهم للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وطبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها 400 مفردة ،، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها يستخدم المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي "دائماً" بنسبة 85 %، وأحياناً" بنسبة 15 %، وجاء الفيس بوك كأول مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى المبحوثين، وجاء مفهوم الأخبار الزائفة تبعاً لرأي المبحوثين "الخبر المفبرك الكاذب"، يليه «العرض المتعمد لادعاءات كاذبة أو مضللة.

واهتمت دراسة (أبو الجدايل، 2021) بالأخبار والمحتوى عبر الإنترنت والصراع ضد الأخبار الزائفة ، واستهدفت رصد آثار وسائل الإعلام الجديدة بشأن ما إذا كان المحتوى عبر الإنترنت سيحسن أو يقلل من دقة الرأي العام؛ حيث انتقد بعض العلماء المزايا المعرفية لوسائل الإعلام الجديد على أساس أنها تقلل من دقة الرأي العام وتؤدي إلى انتشار الأخبار الزائفة (الأكاذيب والشائعات)، وتناقش دراسة (Coady، 2021) مزايا الإعلام الجديد مقارنة بالإعلام التقليدي وتؤكد على أن الإعلام الجديد يعتمد في بناء المحتوى على الإعلام التقليدي وأنه يمكن تتبع أغلب المعلومات في الوسائل الجديدة لمصدر في الوسائل التقليدية. لذلك، إذا نمت الوسائط الجديدة وتقلصت الوسائل التقليدية، فالكثير من قيمة الإنترنت والوسائل الجديدة ستخفض مما قد يؤدي إلى زيادة الأخبار الزائفة التي ليس لها مصدر موثوق، وقد يؤدي ذلك في نهاية المطاف إلى جمهور أقل معرفة، وهو ما يمثل تهديداً لمصلحة الرأي العام .

وتناولت دراسة (عبد العليم، 2021) دور المبادرات المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين، وتوصلت الدراسة إلى بعض النتائج أبرزها وجود اتفاق كبير بين الصحفيين عينة الدراسة على تزايد انتشار ظاهرة الأخبار الزائفة عبر المنصات, في حين تناولت دراسة (مبارك، 2021) الأخبار الزائفة التي تكثر أثناء الأزمات والأوبئة والأمراض، وفي أوقات الصراعات السياسية والمظاهرات والاحتجاجات والانتخابات والعمليات الإرهابية والفتن الطائفية، وتوصلت نتائج الدراسة أن الأخبار الكاذبة ساهمت في تشويه سمعة الآخرين وهزت الثقة في مصداقية وسائل الإعلام وفي أمن المجتمع عامة والحياة السياسية.

كما ساهمت في التشكيك في العقائد والثوابت الدينية والمجتمعية وتركت أضراراً اقتصادية على الدول، وفي دراسة (رحمي، 2021) تستهدف الدراسة رصد الطريقة التي يتناقل مستخدم الفيسبوك في الجزائر الأخبار الكاذبة حول جائحة كورونا وكيف يمكن أن يتجنب هذه الظاهرة من خلال الاستخدام الأمثل وفي بيئة معلوماتية صحية وسليمة وهي دراسة تحليلية لانتشار الأخبار الكاذبة عبر فيسبوك في الجزائر حيث لم تعد الكوارث الطبيعية والأوبئة التي تظهر بين الفينة والأخرى في العالم تسبب التأثيرات الصحية فحسب، بل إن انتشارها تأثر كثيراً بالكم الكبير من المعلومات التي بات مستخدمو الأنترنت يتناقضونها، ويشكل فيروس كورونا المستجد مثالا في انتشار الشائعات والأخبار الزائفة، وهي الظاهرة التي أطلقت عليها منظمة الصحة العالمية مصطلح "وباء المعلومات"، و تناولت دراسة (القاسمي، 2021) إعلام الأزمات والأخبار الزائفة، واستهدفت الدراسة رصد الأخبار الزائفة حول فيروس كورونا، ومعرفة الممارسة الإعلامية والتحديات المختلفة التي تواجه الصحفي المهني في مواكبة الأخبار والأحداث والصور والفيديو الرقمي، والتقارير الصوتية، والمقالات الآنية، وبخاصة الأخبار التي تكون فيها شك أنها مفبركة وزائفة، بينما تناولت دراسة (عجوة 2021) مصداقية توتير كمصدر للمعلومات حول الموضوعات والقضايا، واستهدفت الدراسة التعرف على مدى اعتماد المستخدمين من الجمهور المصري على توتير كمصدر للأخبار، ودوافع استخدامهم له وأنماط هذا الاستخدام، فضلاً عن التعرف على إدراكهم لمصداقيته في نشر الأخبار، وأشار معظم المبحوثين إلى أنهم لا يكتفون بتوتير كمصدر للأخبار، ويلجأون إلى مصادر أخرى للحصول على مزيد من التفاصيل وجاء في مقدمة هذه المصادر الصحافة الإلكترونية، ثم التليفزيون، ويرجع ذلك لعدة أسباب أهمها التحقق من صحة الأخبار التي يحصلون عليها من توتير.

وتناولت دراسة (الصالح، 2020) دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والقدرة على دحض الأخبار الزائفة في ظل ظهور عديد من الأخبار الزائفة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن ارتفاع معدلات التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واستهدفت دراسة (Jo and Anabela، 2020) حول مراجعة وفهم استهلاك الأخبار الزائفة ومعرفة السبب وراء مشاركة الأخبار الزائفة على نطاق واسع على وسائل التواصل الاجتماعي، والتعرف على أسباب الانتشار الفيروسي والعوامل المرتبطة بالاعتقاد في الأخبار الزائفة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة: أن الأخبار الزائفة تستكشف جميع الجوانب الممكنة لجذب انتباه القارئ، من تشكيل العنوان للغة المستخدمة في أنحاء متن النص، الأخبار الزائفة لا تزال

منتشرة على نطاق واسع. أن المحافظين واليمينيين وكبار السن وأقل المتعلمين هم أكثر عرضة لتصديق ونشر الأخبار الزائفة وتناولت دراسة (جلال، 2020) رصد توصيف و تحليل الأخبار الكاذبة فى مواقع الصحف الأمريكية ومصادر ها، وتوصلت الدراسة لنتائج أبرزها أن أهداف محتوى الأخبار الزائفة تأليب الرأي العام ضد الرئيس الأمريكي وتشويه صورة الرئيس الأمريكي فى المرتبة الثانية و النقد بنسبة و تشويه صورة الحكومة الأمريكية.

كذلك استهدفت دراسة (Craft & Jenkins، 2019) التعرف على مستوى الصحف الأمريكية بقضية الأخبار الزائفة ومصادر ها وذلك عن طريق تحليل قوالب مواد لرأي و بعض مواد الرأي وبعض مقالات رؤساء التحرير وتوصلت نتائج الدراسة أن الأخبار الزائفة قضية هامة تهدد مستقبل الصحافة" و اعتبرت بعض المنظمات بالولايات المتحدة الأمريكية أن السبب وراء هذه الظاهرة هي مواقع التواصل الاجتماعي بسبب أهداف سياسية وأسباب اقتصادية التي تنتشر بشكل كبير علي موقعي الفيس بوك وجوجل، وتناولت دراسة (Jonas ، 2019) حول تأثير الأخبار الزائفة على الجمهور ،رصد وقياس الأخبار الزائفة الموجودة على صفحات الصحف على مواقع التواصل الاجتماعي وتبين من خلال الدراسة أن الأخبار الزائفة او المضللة يتم نشرها ومشاركتها بشكل كبير من الجمهور خاصة ذات التعليقات السلبية وهذا يدل علي تأثير الجمهور ببعضهم البعض ؛ كما تبين من نتائج الدراسة انه في حالة إعلان الفيس بوك بوجود أخبار كاذبة ؛ فان الجمهور لا يقوم بتصديقها بينما يصدق الأشخاص العاديون مصادر للمعلومات عندما يكذبون الاخبار علي موقع الفيس بوك .

وفى دراسة (Yamin ، 2019) تعامل المرسلين المحليين مع نشر الأخبار الكاذبة في الشبكات الاجتماعية: دراسة ميدانية بولاية سطيف ، استهدفت الدراسة لاستعراض تجربة المرسلين المحليين في الجزائر في تعاملهم مع كومة الأخبار والمعلومات التي يجدونها متداولة في شبكات الإعلام الاجتماعي، وتسعى الدراسة من خلال إجراء الدراسة الميدانية للتعرف على الآليات والطرق التي يتبعها هؤلاء المرسلون للتحقق من صدقية وموضوعية الأخبار التي يجدونها أمامهم أو تصلهم من مختلف صفحات مواقع الإعلام الاجتماعي .

وتناولت دراسة (عيد، 2019) الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها،توصلت نتائج الدراسة إلى أن الأخبار الزائفة أكثر إثارة من الأخبار الصحيحة وأنها تؤثر سلبيا على المؤسسات الأمنية وتهز ثقة الجمهور فيها؛ واهتمت دراسة (Zhang and others ، 2019) بالكشف عن الأخبار الزائفة ومصادر ها وخصائصها والقوي الفاعلة لها , واهتمت دراسة (عبد الحميد، 2019) برصد

وتحليل الشائعات التي نشرت في مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التعرف على تأثير تداول الشائعات التي تعد بمثابة خبر أو معلومة أو صورة أو فيديو التي تحمل معلومات مجهولة المصدر يتم بثها وتداولها لتحقيق أهداف واغراض غير سوية تخدم فئة أو مصالح جماعة أو دولة في شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الأخبار الزائفة في المواقع الصحفية والإخبارية والتي يمكن أن تشمل أخبار أو قصص تعتمد على مصادر مجهلة وغير حقيقية وغيرها من الوسائل الخداعية التي تستهدف الخداع والتضليل.

واهتمت دراسة (ميروسلاف، 2018) حول علم الإعلام: كيف نميز المعلومات الخاطئة من المعلومات المضللة، وأن الاخبار الزائفة انطلقت في الوقت ذاته الذي بدأت فيه الأخبار في الانتشار بصورة واسعة، ومع انتشار الطباعة، تدفقت الأخبار الزائفة وتأرجحت ما بين القصص المثيرة عن وحوش البحر والساحرات إلى الادعاءات القائلة إن الآثمين ومرتكبي الذنوب هم المسؤولون عن حدوث الكوارث الطبيعية. وتوصلت نتائج الدراسة أنه لن تعود الأخبار الحقيقية مرة أخرى بأي شكل ملموس على المستوى المحلي التنافسي أو كناقيل للرأي في عالم لا تعتمد فيه غالبية السكان على مصادر إخبارية مهنية احترافية، يؤدي إلى تنامي الأخبار الزائفة بصفحات المؤسسات الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

واستهدفت دراسة (Shah & Serijan، 2018) معرفة الجهات الفاعلة في نشر الأخبار الزائفة، وهي السبب الحقيقي وراء نشر المنشورات الزائفة ، وقياس تأثير هذه المنشورات والأخبار والكشف عن المعلومات المغلوطة التي يتم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى أن شبكة الانترنت توفر منصة عالمية لنشر المعلومات والأخبار الزائفة؛ وخصوصًا بعد انتشار مفهوم صحافة المواطن الذي أدى إلى زيادة هذه الظاهرة، من خلال طرح معلومات مفبركة؛ وبخاصة وقت الأزمات والهجمات، وتتركز الجهات الفاعلة، المسببة للمعلومات الخاطئة، عن طريق إنشاء عدد قليل من الحسابات Sock puppette أو Sybil الزائفة، واستخدامها من خلال كتابة التعليقات على بعض الحسابات، وتعليقات مماثلة على المنتديات العامة.

وتناولت دراسة (حاتم السيريدي، 2018) المواقع الإخبارية والأخبار الزائفة في فترة التحولات السياسية بمصر وتوصلت نتائج الدراسة أن النخبة من الأكاديميين يرون أن الجزيرة قدمت معلومات خاطئة في أشكال مختلفة عن الأزمة السياسية المصرية خطورة نشر المحتوى عبر الإنترنت بسهولة بين المستخدمين دون أي تصفية أو فلتر أو تحقق من الحقيقة، في حين افترضت دراسة (crossland، 2018) أن هناك مصادر مجهولة اختراق الملفات الشخصية

للصحفيين والشخصيات العامة على الإنترنت للتحريض على إثارة الضيق وتضخيم الانقسامات والخداع ونشر المعلومات الزائفة التي تتحول إلى أخبار تهدف إلى إحداث حرب نفسية .

وتناولت دراسة (Bovet، 2018) التعرف على مصادر الأخبار الزائفة على تويتر خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2011 باستخدام مجموعة تغريدات على تويتر تم تحديدها على أنها أخبار وذلك بعد إعلان الجهات المسؤولة؛ وتمت مقارنة هذه الأخبار بمثيلاتها في CNN & fox news وكشفت الدراسة أن آليات التحيز وتجهيل المصادر هي أهم آليات تحويل الأخبار الحقيقية إلى زائفة ووهمية، واستهدفت دراسة (مراد، 2018) تقصي ظاهرة تداول الشائعات والأخبار الزائفة بين مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بالتعرف على السمات المختلفة الأكثر بروزًا في تلك الشائعات أو الأخبار والتي أدت لإعادة نشرها من قبل المستخدم، ويبرز الاهتمام الرئيسي للدراسة بالمرحلة التي يتم فيها تداول الشائعة على الموقع سواء تم ثبوت صحة الشائعة أو كذبها كليًا أو جزئيًا في فترة لاحقة فالهدف الرئيسي هو عملية تداولها من قبل المستخدمين بدون تقصي لفيحواها والعمل على توسيع رقعة انتشارها في المجتمع .

وأظهرت دراسة (Sam ,Kwami، 2018) أن إدمان الميديا الرقمية وتدفق المستحدثات في مجال جمع وإعادة نشر الأخبار والمعلومات غير مضمون المصادقية ؛ ولذلك ظهر على الساحة الإعلامية التضليل الإعلامي وتوصلت الدراسة أن الأخبار الزائفة هي عادة أخبار يتم فبركتها باستخدام آلية العنوان السليم والمتن المفبرك وتناولت دراسة (Paul، 2018) أن هناك حاجة مُلحة إلى صحافة جديدة تواجه الشائعات والأخبار الزائفة التي تقوض الديمقراطية؛ نظرًا لسرعة انتشارها أكثر من الأخبار الحقيقية .وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن وأكدت الدراسة أن الأخبار الزائفة والشائعات هي عودة للصحافة الصفراء وأن مصادر الأخبار الزائفة هي القوي الفاعلة لها للحصول على مكاسب .

كشفت دراسة (C. Vargo et al، 2018) أن زيادة عدد المواقع الصحفية والإخبارية - وأن الأخبار الزائفة تدخل في علاقات متشابكة مع الإعلام الحزبي الصحفي والمرئي كل منهم يستجيب لأخر ويضع لنفسه أجنده الخاصة ، والمواقع الصحفية والإخبارية تستجيب بدرجة قليلة للأخبار الزائفة، ودراسة (L.Guo & C.Vargo، 2018) أن المواقع الصحفية الإلكترونية تنشر أخبار زائفة تحاول استقطاب المجتمع أيديولوجيا وبخاصة وقت الانتخابات والمشاركات السياسية ، ودراسة (A. Schlitzer، 2018) أن المنصات الإخبارية تنشر أخبار مضللة والمقالات تتضمن معلومات خاطئة، وينقلها الأفراد فيما بينهم بسرعة.

ودراسة (Allcott and Mathew، 2017) التي سعت للتعرف على مدى تداول الأخبار الزائفة والقصص الوهمية على شبكات التواصل الاجتماعي وصفحات الصحف الإلكترونية، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أنه تمّ تداول الأخبار الزائفة بصورة أكبر في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام والصفحات الشخصية وأن القصص الإخبارية كانت هي الأكثر تداولاً. وأن العديد من الأفراد اتجهوا نحو تصديق القصص الإخبارية الزائفة لتشويه شخصيات لصالح آخرين، وتناولت دراسة (Rand & Connon، 2017) مفهوم الأخبار الزائفة انتشر بقوة على السوشيال ميديا وقت الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2011 بصفة خاصة، مع طرح العديد من الشائعات المغرضة وكأنها حقائق. وتوصلت الدراسة إلى تعتمد الأخبار الكاذبة على آلية استخدام العناوين الحقيقية لأخبار يكون متنها مزيفاً ومغلوطاً، وتعتمد على آليات الخداع في الحقائق، والتعرض المسبق للخبر نفسه، لا يؤثر في تصديق الخبر الزائف يحدث ارتباكاً نفسياً لدى المتلقي وأزمة في تصديق أيهما أدق من الآخر.

ووضعت دراسة (Jacob، 2017) تعريفاً إجرائياً لمصطلح "Fake news"؛ حيث أطلقت عليها هيلاري كلينتون 2011، أنها وباء الأخبار الزائفة. ومن وقتها وهذا المصطلح يتم تداوله إعلامياً. وخرجت الدراسة بتعريف الأخبار الزائفة من خلال مقارنة مواقع الأخبار. وأكدت دراسة (Domian، 2017) أن مصطلح الأخبار الزائفة غير واضح، ويجب أن يدرك صانعو السياسة أن هذا المصطلح يُستخدم لخدمة أغراض مختلف الجهات السياسية ويجب اتخاذ الحذر وتحديد استراتيجية لمنع انتشار هذه الظاهرة؛ وذلك لكونها خطرًا يهدد الأمن القومي، وذلك لسرعة انتشارها عبر الFace book، وذلك يكون المواطنون يفتقرون إلى القدرة على التمييز بين الأخبار الزائفة والحقيقة.

واستهدفت دراسة (Marot Thalia, Li، 2017) معرفة على أنماط استهلاك وإدراك الشباب للأخبار الزائفة ومدى تأثيرها على التوعية بالقرارات السياسية، حيث يرى الباحثون أن الأخبار الزائفة والمقالات المفبركة، ساهمت في خلق مناخ سياسي غير مستقر بشكل متزايد. وتوصلت الدراسة إلى هناك علاقة بين مصداقية المصادر الإخبارية والثقة في الأخبار المنقولة عنها، وتناولت دراسة (Richardson، 2017) أن الأخبار الزائفة هي عبارة عن أخبار ومعلومات ومنشورات مغلوبة وزائفة، وهي التحدي الوجودي للصحفيين الذين يتعاملون مع جمهور يفقد الثقة في الصحافة والعمل الصحفي أن أخبار التكذيب التي تطلقها وسائل الإعلام؛ نقلاً عن المسؤولين بمثابة محاولة لإعادة الأداء الإعلامي إلى المعايير الأساسية من الدقة والحياد والموضوعية.

وتعرضت دراسة (2017 Giovanni) لانتشار المعلومات بشكل مضلل وغير دقيق وغير منهجي، أمر بالغ الخطورة، ويشكل خطرًا بالغًا على المجتمع، وتحتاج كذلك هذه الظاهرة للتصدي لهذا التضليل المعلوماتي، الذي ينتشر على وسائل التواصل الاجتماعي تحت العديد من المسميات "الشائعات، المنشورات الزائفة، المعلومات المغلوطة الأخبار المفبركة ، الأخبار الزائفة وهو ما تفعله المعلومات والشائعات والمعلومات الزائفة، حيث تفتت المجتمع أو الرأي العام إلى جماعات متعددة التوجهات فيما يسمى البلقنة الالكترونية.

وتناولت دراسة (جاكوب سول، 2017) التاريخ الطويل المؤلم للأخبار الزائفة الأخبار الزائفة، ألا وهي أن الأخبار الزائفة ليست ظاهرة جديدة، فلقد ظهرت الاخبار الزائفة منذ أن أصبحت الأخبار وليدة منذ 500 عام بالتزامن مع اختراع الطباع، وفي حقيقة الأمر فقد ظهرت تلك الأخبار قبل ظهور الأخبار الموضوعية التي يمكن التحقق منها، وأثبتت قوتها منذ أكثر من قرن مضى، وأوضحت دراسة (حيدوري، 2017) حول التضليل الإعلامي: الصحافة بين الاحتراف والاقتراف، التي أوضحت مفاهيم التضليل الإعلامي، وأساليبه، ودوره في تضليل عقول البشر؛ فهو يمثل إحدى الأدوات التي تسعى النخبة من خلالها إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة من أجل أن يضمن المضللون التأييد الشعبي لنظام اجتماعي لا يخدم في المدى البعيد المصالح الحقيقية للأغلبية، قضية مهمة هي ظروف تنزيل التضليل، ورأى أن ارتقاء قبضة الاستبداد وعدم قدرته على ضبط زمام السيطرة المادية الدافع إلى استخدام سلاح التضليل.

ثانيا : الاتجاه البحثي الثاني : الأخبار الزائفة في الصحافة وتأثيراتها على المستخدمين:

الأخبار الزائفة في الصحافة هي تشويه أحداث أو اختلاقها أو تلفيقها وبناء قصص وتقارير عليها لاستقطاب الرأي العام بناء على الخداع والأكاذيب. فهي تهدف لانتشر الكراهية و تحقيق مكاسب سياسية ومصالح اقتصادية وتغليب اتجاه الكراهية والانقسامات بين المواطنين والتشكيك في قدرة الحكومة على القيام بمهامها بكفاءة وتناولت دراسات في المدرستين العربية والمدرسة الأجنبية تأثيرات الأخبار الزائفة.

فقد تناولت دراسة (الرفاعي، 2021) رصد أثر الإعلام الرقمي على التصدي للشائعات والأخبار المفبركة والمساهمة في انتشارها من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة في وزارات الحكومة الأردنية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 30 من موظفي العلاقات العامة في الوزارات الحكومية، وتوصلت الدراسة ان هناك أثر كبير جدا للإعلام الرقمي على التصدي للأخبار المفبركة والزائفة والمساهمة في انتشارها من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة في

وزارات الحكومة الأردنية، وأوصت الدراسة أنه على القائمين على الإعلام الرقمي العمل على السيطرة على منع انتشار الأخبار التي لا تتسم بالمصداقية، مع ضرورة المحافظة على المواقع الصحفية والتليفزيونية الإخبارية الإلكترونية وشبكات التواصل والمواقع الإخبارية باستخدام وسائل دقيقة لجمع المعلومات ونشرها.

واستهدفت دراسة (زقروق، 2021) رصد ومعالجة الأطر الخبرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومي المصري ورصد دور الشائعات عبر المواقع الإلكترونية في تزويد الأفراد بالأخبار والمعلومات الزائفة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التغطية الصحفية لصحف الدراسة غلب عليها طابع التغطية السطحية والبعد عن التغطية المتعمقة للأزمة على قدر كبير من الأهمية، فاستمرت التغطية بالافتقار إلى التحليل والتفسير اللازم لفهم قضية الشائعات وتأثيرها على الأمن القومي، كما افترقت هذه المعالجة إلى تقديم الخلفيات وربط الأحداث بسياقاتها السياسية مما جعل هذه المعالجة تبدو جزئية ومبتورة ومعزولة عن سياقها.

واهتمت دراسة (حسن، 2021) برصد وتحليل وتقييم الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بتأثيرات الشائعات في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الأمن القومي وأهم توجهات المدرستين الأكاديميتين العربية والأجنبية، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 94، دراسة، انقسمت ما بين 64 دراسة عربية و30 دراسة أجنبية توصلت إلى ان هناك بعض الدراسات عينة التحليل تعتمد على أطر نظرية، في حين تعتمد دراسات أخرى على نظريات، غير أن الدراسات التي اعتمدت على الأطر النظرية اكتفت بالنظريات المرتبطة بالإعلام والاتصال، ولم تهتم بالمزج بينها وبين نظريات العلوم السياسية والاستراتيجية لتقدم من خلاله تكامل، واهتمت دراسة (العازمي، 2021) بمخاطر الفبركة الرقمية في الإعلام الجديد عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وخلصت الدراسة إلى أن عصر المواجهة المباشرة بن الأعداء قد انتهى، وأصبحنا عصر الحرب الإلكترونية التي تتحكم في أفعال الأفراد والجماعات والدول، وأن الإعلام الجديد دون متابعة ومحاسبة قد يغرق العالم في دوامة الفئوية والطائفية والحروب.

وتناولت دراسة (ناجي، 2021) دور وسائل التواصل الاجتماعي بمختلفها، في تخفيف وطأة أزمة التواصل المباشر بين الأفراد والتي تعد واقع فعال بين معالم العالم الجديد اليوم، ان جمهور وسائل التواصل الاجتماعي يتحمل جانبا كبيرا من المسؤولية فيما يجري الحديث عنه من جوانب سلبية، أفرزها استخدام تلك الوسائل خلال الأزمة، من نشر أخبار مفبركة، إلى نشر شائعات، إلى السعي لبث الخوف والذعر في نفوس الناس، الذين وضعتهم الأزمة في حالة من

القلق والترقب، يدفعهم للتشبث بأية معلومة ربما تكون في أساسها غير صحيحة على العديد من منصات التواصل الاجتماعي التي يروج لها قطاع كبير من رواد تلك المنصات.

واهتمت دراسة (أبو شريفة، 2021) باستخدام قناة الجزيرة الإخبارية لمواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" لنسج الأخبار الزائفة، بمدى إسهام قناة الجزيرة في نسج وترويج الأخبار الزائفة، سواء من خلال موقعها الإخباري أو حسابها الرسمي على منصة تويتر، توصلت الدراسة إلى أن الأخبار السياسية هي الأكثر انتشارا على موقع قناة الجزيرة الإخباري وذلك بمعدل ٤٥ بالمئة من إجمالي الأخبار. كما توصلت الدراسة إلى أن هناك ٨٢ بالمئة من المحتوى المقدم قد اعتمد على الصور والمواد النصية بدرجة أولى. كما تعد معظم الأخبار المنشورة على قناة الجزيرة ذات اهتمامات إنسانية غير أن القناة اعتمدت بنسبة ٥٨ بالمئة على حسابات غير موثوقة على تويتر.

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين بعض المعرفات ونوع المواد الإخبارية المنشورة على موقع القناة , وتناولت دراسة (حسن، 2021) العلاقة بين مستوى المواطنة الرقمية لدى الشباب الجامعي وإدراكهم للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، استهدفت الدراسة التعرف على مدى إدراك الشباب الجامعي المصري للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستويات المواطنة الرقمية لديهم، قد توصلت الدراسة يستخدم المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي "دائما" بنسبة 85%، وأحيانا" بنسبة 15 %، وجاء الفيس بوك كأول مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى المبحوثين، جاء مفهوم الأخبار الزائفة تبعا لرأي المبحوثين "الخبر المفبرك الكاذب"، يليه "العرض المتعمد لادعاءات كاذبة أو مضللة، كما توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين إدراك المبحوثين للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المواطنة الرقمية لديهم.

واستهدفت دراسة (بوسلماني، 2021) التعرف على أهم الآليات التي يتم من خلالها صناعة وفبركة الأحداث وترويج معلومات وأخبار يمكن أن تحمل في طياتها أفكار ورسائل مغرضة من أجل خدمة أهداف معينة، كما تستهدف هذه الدراسة التعرف على أساليب تصدي صفحة fake news للشائعات، وخلصت الدراسة إلى أن صناعات الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعتمدون على قالب الأخبار لسرد الأحداث والوقائع إضافة إلى تدعيم الأخبار بالصور المفبركة، كما توصلت الدراسة إلى أن الحراك الشعبي كان أبرز القضايا التي طالتها الشائعات السياسية، خاصة ما يتعلق بأعمال العنف المصاحبة للمسيرات والمظاهرات بينما تناولت دراسة (جلال، 2020) تداول الأخبار الزائفة في مواقع الصحف الأمريكية وانعكاسها على تغريدات

الرئيس ترامب، وتوصيف الأخبار الكاذبة في مواقع الصحف الأمريكية ، وتوصلت الدراسة إلى أن من أهداف الأخبار الزائفة تأليب الرأي العام ضد ترامب وتحريك جماعات الضغط وتشويه صورة الحكومة .

بينما تناولت دراسة (عبدالله ،2020) آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الخبري للصفحات الزائفة المنتحلة لأسماء الصحف المصرية على شبكة الفيسبوك ، وتوصلت الدراسة إلى ان الأخبار الزائفة تمس الأمن القومي كما أبرزت نتائج الدراسة التضليل السياسي بتشويه قوي سياسية من قبل قوي فاعلة وزرع الشك في نفوس المواطنين تجاه الحكومة وتدمير المصداقية في القوي السياسية، ومكانتهم المجتمعية وتشجيع المستخدمين لمواقع الصحف والتواصل الاجتماعي على التطاول وسبهم، في حين اهتمت دراسة (عبداللطيف، 2020) "العلاقة بين الإعلام التقليدي والرقمي: دراسة نقدية تحليلية لعينة من بحوث الأخبار الزائفة" Fake News تناولت ظاهرة الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام، مفهومها، تاريخها وتطورها، وتمثلت نتائجها في لم تكن ظاهرة الأخبار الزائفة ظاهرة جديدة، لكن ما ساعد على بروزها كانت الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016م، وتنتج الدول والحكومات نحو تجنيد الجيوش الإلكترونية للحفاظ على الأمن للمجتمعات من خلال برامج وخوارزميات الذكاء الاصطناعي في الحد من انتشار الأخبار الزائفة.

وتناولت دراسة (زقروق، 2020) رصد معالجة الأطر الخبرية للشائعات والأخبار الزائفة بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن ، وتوصلت الدراسة إلى أن المواد التي جرى تصنيفها كشائعات وأخبار زائفة استندت إلى مصادر خاصة، ومكمن الإشكالية أن هذه المواد افتقرت إلى دلائل ووثائق تثبت مصداقيتها فحين يكون الحديث عن قضايا تمس المجتمع وبنائه ليس مدعماً بالوثائق، ويكون الذي قدم المعلومات شخصاً مجهولاً لا يمكن التثبت من مصداقيته، عندئذ تثار الشكوك حول الخبر والوسيلة التي نشرته؛ الأمر الذي يحول دور الإعلام إلى عامل سلبي في المجتمع.

واستهدفت دراسة (Altunbey ، 2019) البحث في استخدام نهج جديد للكشف عن الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال خوارزميات التحسين التجريبية في محاولة للتغلب على الخطورة التي تمثلها الأخبار المخادعة، والمضللة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، والتغلب على عيوب استخدام هذه المواقع. وقد تضمن تطبيق هذا الأنموذج الجديد ثلاثة مراحل، اهتمت الأولى منها بمعالجة البيانات، واهتمت الثانية بتكليف استخدام

خوارزمية الذنب الرمادي وفق الأنموذج الجديد, في حين تم في المرحلة الثالثة استخدام النموذج المقترح للاختبار. وأكدت الدراسة أن خوارزمية الذنب الرمادي حققت أفضل الدرجات.

استهدفت دراسة (Others and Okoro, 2019) حول "دور المداخل البشرية والقائمة على الخلط بين الآلة والإنسان في مساعدة المستخدم على كشف الأخبار المزيفة" من خلال اختبار تأثيرات استخدام نموذجين قائمين للكشف عن الأخبار المزيفة؛ يتحددان في النهج المعتمد على الإنسان والنهج القائم على الخلط بين الآلة والإنسان؛ واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة بالتطبيق على مجموعة من المبحثن المتطوعين على مواقع الأخبار المزيفة حيث تكون معروضة إلى جانب المضامين المضللة المثيرة للجدل والخلاف، الأمر الذي قد يؤدي بالعلامة التجارية إلى فقدان مصداقيتها؛ وبالنسبة إلى العلامات التجارية المعروفة، فإن الموقف يبدو أقل خطورة، حيث يوجد خيار لخدمة أعلى تمنح المعلنين فرصة أكبر للتحكم في عرض إعلاناتهم.

دراسة (Franziska Other and, 2019) حول "الأخبار مزيفة في وسائل التواصل الاجتماعي استطاعت الدراسة الإجابة عن تساؤلين رئيسيين، هما "هل يتم نشر الأخبار الوهمية بشكل مدعم من جانب الآلات والأجهزة من خلال البناء التلقائي لفقاعات الترشيح؟"، وهل تردد الصدى الخاص بالأخبار الوهمية هو من صنع الإنسان؟ وإذا كانت الإجابة بنعم، فما أنماط سلوك المعلومات لأولئك الأفراد الذين يتفاعلون مع الأخبار المزيفة؟ وقامت الدراسة بالبحث تجريبيا في تأثيرات الأخبار المزيفة في السلوك المعلوماتي لأفراد الجمهور. وأثبتت في نتائجها أن قراءة الأخبار المزيفة وصياغة تعليق أو رد بعد القراءة قد يكون نتيجة تعرض المستخدمين الانتقائي للمعلومات التي تؤدي إلى تأكيد التحيز، بمعنى أن المستخدمين يفضلون الأخبار التي تتوافق مع آرائهم المسبقة.

دراسة (Adam and Others, 2019) حول "العلاقة بين الأخبار المزيفة والإعلان" "إدارة العلامة التجارية في عصر الإعلان البرامج والإنتاج الزائف" البحث في ظاهرة الأخبار المزيفة وعلاقتها المعقدة بالإعلان. وذلك من خلال تسليط الضوء على وجود كل من الإعلانات والأخبار المزيفة في دورة نمو مدفوعة بالحوافز المالية. وأثبتت الدراسة أن الإعلان على الإنترنت قد يتطلب من المعلنين التنازل عن السيطرة على مكان عرض إعلاناتهم، واستهدفت دراسة (فهمي، 2019) رصد تأثير تعرض الجمهور للأخبار الاقتصادية الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهاتهم نحو الإصلاح الاقتصادي، ورصد مدى المصدقية التي يتمتع به أخبار مواقع التواصل الاجتماعي واستخدام الجمهور لها وتم استخدام منهج المسح على عينة عشوائية عمدية قوامها ٤٠٠ مبحوثا من مستخدمي موقع الفيس بوك وتم الاعتماد على

استمارة استبيان إلكتروني مصممة من خلال google form وتوصلت الدراسة إلى أن هناك ارتباط عكسي ضعيف بين معدل التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاه الجمهور نحو الإصلاح الاقتصادي.

وخلصت (دراسة سافر، وبالطاهر، 2019) إلى أن الأخبار الكاذبة تساهم في زيادة الاحتقان بين الشعوب وقطع العلاقات الدبلوماسية بين الدول، وتساهم في التحرش وتشويه سمعة الشخصيات العامة والمشاهير، في حين تناولت دراسة (عبدالفتاح 2018) أثر الأخبار الزائفة على أبعاد الثقة المجتمعية والسياسية وعرفت الأخبار الزائفة بأنها الأخبار التي لا تستند إلى حقائق أو مصادر أو اقتباسات، وتربط الأخبار الزائفة بمصالح ملاك الوسيلة الإعلامية والنظم الحاكمة وجماعات النفوذ والقوي المعارضة للأنظمة السياسية أو غيرها من عناصر الخداع والتضليل والتزييف المعرفي لنشر الارتباك والفوضى وفقد ثقة المواطنين في الحكومات، وتوصلت دراسة (الدليمي، 2018) ودراسة (النجار، 2017) إلى إدراك الصحفيين للأخبار الكاذبة، وإن نشر الأخبار الزائفة على شبكة الإنترنت وبخاصة على شبكات التواصل الاجتماعي صار ظاهرة لا يمكن التهرب منها نظراً لأنها تعزز نشرها بسرعة فائقة، قبل أن يتم تكذيبها، مما يؤدي إلى استفادة الأشخاص المسؤولين عن نشر هذا النوع من الأخبار بإرباك صفوف القراء والمتابعين، وعلي الرغم من أن الأخبار الزائفة لا تعتمد على الإقناع المباشر أو غير المباشر كما في الدعاية والحرب النفسية إلا أنها تفعل فعلها في المجتمع.

وخلصت دراسة (قناوي، 2018) أن الأخبار الكاذبة معلومة غير مؤكدة وغير معروفة المصدر وتقوم على الإثارة ونشر الأخبار التي تستهوي الجمهور عند نقص المعلومات، وبينت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية ترجع إلى متغير المستوى التعليمي في مدى تأثير شائعات المواقع الإلكترونية على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها لصالح المستويات التعليمية العليا (التعليم الجامعي وفوق الجامعي).

وخلصت دراسة (مجدي، 2018) إلى ارتفاع نسبة مشاهدة البرامج الإخبارية المصرية التي تعد شريكاً فاعلاً في تحقيق الأمن القومي، خاصة في أوقات الأزمات والتوتر، حيث يتضاعف احتياج المشاهدين للحصول على المعلومات الأمنية خاصة مع تزايد الأخبار المفبركة، كما جاءت أهم التأثيرات المعرفية لاعتماد الباحثين على البرامج الإخبارية للمساعدة على متابعة الأحداث الأمنية، ووجداناً في إثارة مشاعر الخوف والقلق، وسلوكياً في الحذر من الأخطار المحتملة، وخلصت دراسة (حجازي، 2018) إلى أن الباحثين يرون أن وسائل

التواصل الاجتماعي مصدر للشائعات والأكاذيب، وارتفاع وعي الشباب بخطورة الشائعات في التأثير على، مجالات الأمن الاجتماعي كافة.

وتناولت دراسة (Zhou ,V Vir, Jain Atishay, Xinyi,2018) الكشف على الأخبار الزائفة في المواقع الصحفية والإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعي، وقد تمت الدراسة بالتطبيق على الموقع الرسمي، Political fact وهو موقع ويب مدقق للحقائق وكذلك صفحة الموقع الرسمية عبر تويتر وقدمت الدراسة في نتائجه نموذجاً جديداً لاستنتاج مصداقية الأخبار الزائفة تلقائياً، وهو الذي يُعرف FAKEDETECTOR استناداً إلى مجموعة من الخصائص الواضحة والكامنة التي يمكن استخراجها من المعلومات النصية وفي دراسة (Marju Himma -Kadakas، 2017) حول حقائق بديلة وأخبار كاذبة تدخل دورة إنتاج المحتوى الصحفي التعرف على تأثير الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة على معالجة المحتوى الصحفي في وسائل الإعلام الإخبارية المعاصرة تحديد كيفية توزيع الحقائق البديلة والأخبار الكاذبة كظاهرة مجتمعية؛ وقد استخدمت الباحثة ثلاث طرق مختلفة لتدريس التقارير الإخبارية لثلاث مجموعات مختلفة من طلاب الصحافة، وقامت بتحليل أدائهم باستخدام التأمل الذاتي في مقابلات المجموعة المركزة.

وتوصلت دراسة (عيد، 2017) إلى وجود تأثير دال للشائعات في المواقع الإخبارية؛ من خلال إدراكهم لمفهوم الشائعات وأهدافها، وضرورة اعتماد مصادر رسمية للأخبار، والرجوع لأهل الخبرة خلال مناقشة هذه الشائعات. وتناولت دراسة (الرحيلي، 2017) الآثار السلبية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي توسعت الدراسة إلى التعرف على مفهوم الشائعة والعوامل، التي تساعد على ترويجها بين أفراد المجتمع والتعرف على سمات مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر وترويج الشائعات، وتوصلت الدراسة إلى أن الشائعات تهدد استقرار المجتمعات، وقد ساعد على انتشارها مواقع التواصل الاجتماعي تأكيد الشائعات ساهم في سرعة انتشارها.

أما دراسة (شتلة، 2017) عن الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي والصفحات الصحفية على الفيس ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي، توصلت الدراسة إلى أن دور الأخبار الكاذبة التي تنشر عبر سرقة صفحات الصحف عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية السياسية هو نشر البلبلة والفوضى في المجتمع، وعن دراسة (الشمري، 2017) وتمثلت أهم النتائج في أن نصف عدد العينة عارض الرأي القائل بأن ما تنشره الصحف الإلكترونية يرقى لمستوى المصداقية، و عدم الاتفاق مع الرأي القائل بأن

الإشاعة في الصحافة، وتوصلت نتائج الدراسة بأن الغالبية أفراد عينة الدراسة تري أن الأخبار الزائفة في الصحف الإلكترونية قليلة.

واهتمت دراسة (Vargo، 2017) برصد تأثيرات أولويات وضع الأجندة بين مخرجات إعلامية متباينة وفقا لنموذج NAS بالتطبيق على الأخبار الكاذبة وقد توصلت الدراسة إلى أن الأخبار الكاذبة ساهمت في وضع أجندة أعمال الأحزاب مقارنة بالجماعات والقوي السياسية المنافسة.

ثالثا: الاتجاه البحثي الثالث: المعالجة التقنية للأخبار الزائفة في الصحافة:

لقد ساعدت الصحافة الإلكترونية على انتشار الأخبار الزائفة عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال عادة نشر وإرسال القصص الإخبارية الكاذبة من شخص إلى آخر ، ومع تزايد الأخبار الكاذبة والمفبركة قامت دول العالم في التصدي لها من خلال مجموعة من الإجراءات والقوانين الرادعة، وأنشئت غرف الأخبار الحديثة في المؤسسات الإعلامية صفحات علي مواقعها الإلكترونية، مع أقسام متخصصة للتحقق من مصداقية الخبر قبل نشره ذلك من أجل محاربة الأخبار الكاذبة التي تمثل تحديات وضغوطاً كبيرة علي الصحفيين في ظل تنامي المعلومات الذي تنشرها يوميا المواقع الصحفية والإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعي، فسارت الدول العربية علي نفس الخطي ودشنت مبادرات للتحقق من الأخبار لتوعية المستخدمين بالتأثيرات السلبية للأخبار الزائفة بحال انتشارها علي نطاق واسع، ولتعزيز ثقة القراء في المؤسسات الإعلامية التي تطبق الضوابط المهنية والأخلاقية في نشر المحتوى الإعلامي.

وقد طرحت المدرسة العربية والمدرسة الأجنبية مجموعة الإجراءات والحلول والآليات لمكافحة الأخبار الزائفة التي تناولتها العديد من البحوث منها، دراسة (عبدالعليم ، 2021) دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين، وقد أظهرت نتائج الدراسة: وجود اتفاق كبير بين الصحفيين عينة الدراسة على تزايد انتشار ظاهرة الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي، كذلك وجود درجة مرتفعة من التوافق بين الصحفيين حول أبعاد المسؤولية المجتمعية الملقاة على عاتق المبادرات الرقمية المتخصصة لتنقية المحتوى الصحفي عبر منصات التواصل الاجتماعي من الأخبار الزائفة.

وتناولت دراسة (الصادق، 2021) توظيف هيئة مكافحة الإشاعات بالسعودية الأدلة والبراهين في تكذيب الشائعات وتنفيذها ونشر الحقيقة مستشهدة بالصور الحقيقية في مواجهة الصورة المفبركة، أو صور ثابتة للفيديوهات الحقيقية في مقابل الفيديوهات المفبركة، حيث كانت أكثر الشائعات تحتوي على معلومات خاطئة باقتباس أو الاجتزاء من مشهد معين ونسبه لمشهد أو لحدث آخر، كما قامت الهيئة بتجريم الشائعات خاصة فيما يخص المساس بالأمن العام.

واستهدفت دراسة (أبو قوطة، 2021) الكشف عن كيفية توظيف المرصد الفلسطينية الإلكترونية في التحقق من الأخبار الزائفة المنتشرة في الفضاء الإعلامي الفلسطيني، وقد إشارات نتائج الدراسة إلى اهتمام المرصد الفلسطينية في التحقق من الأخبار الزائفة بالكامل أو بشكل جزئي والتي تنوعت موضوعاتها في مختلف المجالات الصحية والسياسية والعسكرية والاجتماعية، وأن المرصد الفلسطينية تنتهج نفس المنهجية في الكشف عن مصادر الأخبار الزائفة والتي جاء في مقدمتها وسائل التواصل الاجتماعي، وأيضا تتفق المرصد الفلسطينية في آليات التحقق من الأخبار الزائفة كونها تهتم بنشر الخبر المضلل وتصحيحه في نفس الوقت.

وتناولت دراسة (عبدالغني، 2020) توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة والكشف عن أنواع الروابط المصاحبة للمنشورات على صفحات التحقق من الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وتوصلت الدراسة أنه من أهم آليات التحقق من الأخبار الزائفة استخدام الوسائط المتعددة في صفحات التحقق من الأخبار الزائفة على النصوص الثابتة والصور الثابتة.

وسعت دراسة (زهوي وآخرين، 2020) لإيجاد آلية الكشف المبكر عن الأخبار الزائفة خلال تقديم نموذج قائم على أسس نظرية لاكتشاف الأخبار الزائفة من خلال التحقيق في محتوى الأخبار على مختلف المستويات ويشمل مستوى المعجم، ومستوى بناء الجملة، والمستوى الدلالي، ومستوى الخطاب، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن النموذج المقترح للكشف عن الأخبار الزائفة يمكن أن يتفوق على النماذج الأخرى في التنبؤ بالأخبار الزائفة ذات المعرفة السابقة المحدودة.

بينما اهتمت دراسة (Nabovi، 2019) بكشف الأخبار الزائفة وتأثيرها على الأمن القومي لدولة نيجيريا، لذا اتخذت مجموعة من الإجراءات الرقمية التي تسمح بالتحكم بالظاهرة، وتوفير سجل يحتفظ بالأخبار الرقمية فيما يخص جميع مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية الفردية وكشفت النتائج أن الأخبار الزائفة تهدد وحدة نيجيريا، وأن أولئك الذين ينشرون أخبارا مزيفة على الإنترنت أو يقرؤونها، أو يقبلونها، أو يشاركونها ويفعلون ذلك بشكل مقصود، يمكن أن يكون ذا دوافع دينية أو سياسية أو اقتصادية؛ لذا أوصت الدراسة بأن يشكّ مستخدمو وسائل

التواصل الاجتماعي في ما يقرؤونه ويقبلونه وينشرونه، وبأنه ينبغي أن تتوفر شبكة دولية لفحص الحقائق ولتنظيم محتوى الوسائط الاجتماعية.

وطرحت دراسة (Anthino، 2019) مجموعة من الآليات للمكافحة الأخبار الزائفة وتتمثل في فحص فعالية ثلاث آليات مختلفة لتصنيفات المصادر كأساليب لمواجهة الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي. وتوصلت الدراسة إلى أن تقييمات وتصنيفات المصادر تعد إجراءً سليماً ضد الأخبار الزائفة، بينما سعت دراسة (أحمد، 2019) لطرح آليات لمكافحة الأخبار الزائفة في الصحف ألا تسقط في فخ هذه الأخبار، وعندما تجد أن المواقع المتعددة نشرتها فتسارع بنشرها خوفاً من أن يضيع عليها السبق، سواء أكان face book أو غيره، وتوسيع دائرة الردود الفورية من خلال المصادر الرسمية الرئيسية المتعلقة بالأخبار ومحاولة التحقق من طبيعة المعلومات ودقتها والتعامل معها، ومحاربة الصفحات المجهولة والمنديات الزائفة الغير مرخصة والتي تنشر أخبار مجهولة وبدون مصادر وكذلك التواصل مع مباحث الإنترنت وأن تساعد الصحف الأجهزة التقليدية في الدولة بسرعة الإعلان عن المعلومات وألا تتأخر عن ذلك وتطبيق نموذج Fact checking الذي انتهجته المؤسسات الإعلامية الكبرى لأنه الأسلوب الأمثل للحد من الأخبار الكاذبة والشائعات، وضرورة دعم المواطن ثقافياً وتوعوياً من خلال نشر الحقائق أولاً بأول.

وكشفت دراسة (عبدالله، 2019) رغم البرامج والتقنيات الاتصالية التي تكشف الأخبار والصور الزائفة والفيديوهات فإن منخفضي الوعي لا يهتمون بالقراءة الجدية ويكتفون بالتعرض للعناوين والصور، وكذلك دخول فئات من القراء غير متمرسين على عملية التضليل الإعلامي، ولذا لا يستطيعون التمييز بين الأخبار الزائفة والأخبار الصادقة، ودراسة (بهنسي، 2019) استهدفت الدراسة إلى تحديد الدور الذي يقوم به مستخدمو الشبكات الاجتماعية في مواجهة الأخبار الزائفة، وبحث العلاقة بين القدرة على كشف الأخبار الزائفة ووجود مهارات التربية الرقمية لدى المستخدمين بوصفها المدخل الأساسي للوعي الإعلامي لدى الجمهور، وتوصلت الدراسة إلى الجمهور يدرك سمات الأخبار الزائفة وتتمثل في عدك تمتع المصدر بالمصداقية الكاملة، والخلط بين الخبر والحقائق والأكاذيب، وتركيز الخبر على جوانب معينة وإغفال، وتوصلت نتائج الدراسة إلى مواجهة الأخبار الزائفة اعتمد على وجود منظومة متكاملة من الدولة والشركات التي تقوم بإدارة مواقع الإنترنت والمستخدمين الذين تتعدد أدوارهم النشطة في الكشف والإبلاغ عن الأخبار الزائفة، ويتمثل في وضع تشريعات وقوانين لمنع الأخبار الزائفة ومحاسبة ناشريها.

بينما دراسة (محمد، 2018) وأن أهم آليات مواجهة الشائعات عبر المواقع الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة - هي توفير المعلومات الرسمية بشفافية كاملة لكافة المواقع الإخبارية. ومن خلال ذلك فقد أوصت الباحثة بضرورة إيجاد مظلة لدعم الصفحات والحسابات والمواقع التي تهدف إلى كشف الشائعات، وإنشاء مركز إعلامي وبحثي مستقل للسيطرة على الشائعات يعمل على تتبع مصادرهما وتحليلها ونفيها على أسس علمية، وضرورة عمل ندوات وورش عمل تناقش موضوع الشائعات وكيفية التعامل معها من قبل المستخدمين.

واهتمت دراسة (C.Shen, 2018) بالصور الزائفة من خلال مشاركة أفراد العينة في دراسة تجريبية يتم فيها التعرض إلى أحدي المواقع الإخبارية والتي تعرض صوراً مزيفة ، ويقوم الباحثين بتقييم مدى مصداقية الصور ، وقد توصلت الدراسة إلى أن مهارات استخدام الإنترنت ، وخبرة تحرير الصورة، وخبرة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تشكل مؤشرات مهمة للتعرف على مدى صحة الصور، كما أوضحت الدراسة أن عوامل المصداقية عبر الإنترنت مثل (مصداقية المصدر، الإجماع، مصداقية الوسيط) ليس لها أي أثر في التحقق من صحة الصور، وقد أشارت الدراسة إلى أن اتجاهات المشاهدين نحو الموضوع أو القضية المطروحة تؤثر بشكل مباشر على مدى تقييمهم لمصداقية الصور.

اهتمت دراسة (E. Tandoc et al., 2018) بالوصول إلى إطار لكيفية قيام مستخدمي الشبكات الاجتماعية بالتحقق من المعلومات وذلك من خلال دراسة مسحية شملت 2501 مفردة ، وإشارات النتائج أن الأفراد يعتمدون على حكمهم الخاص على المصدر والرسالة ، وعندما لا يصلون إلى نتائج مرضية فإنهم يلجئون إلى مصادر خارجية للتحقق من المعلومات أو الأخبار.

في حين استهدفت دراسة (Gina Lee, Emma Spiro, 2018) حول مشاركة الصحفيين في الشائعات أثناء أحداث الأزمة التعرف على كيفية مشاركة الصحفيين مع غيرهم في نشر وتصحيح الشائعات على الإنترنت. وقد كشفت النتائج أن الصحفيين شاركوا قبل غيرهم في نشر وتصحيح الشائعات الكاذبة، أيضاً بالمقارنة مع المستخدمين الآخرين، فإن الصحفيين أكثر عرضة لإنكار الشائعات الكاذبة وتناولت دراسة (Stuart Mora, hristian Ka, 2018) الوقوع في الأخبار الكاذبة والتحقق من استهلاك الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي التعرف على رأي المستخدمين فيما يتعلق بصحة أو صدق الأخبار التي تنشرها وسائل التواصل الاجتماعي. التعرف على الطريقة التي يستخدمه المشاركون في توضيح الممارسات اليومية عند التعامل مع الأخبار. التعرف على مدى ثقة الجمهور في الأخبار المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي كشفت النتائج عن: أن يستهلكون الأخبار يجيدون صعوبات في مكافحة الأخبار الكاذبة

وسعت دراسة (George M ، 2018) إلى التعرف على كيفية إنتاج الأخبار الزائفة ونشرها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية. تحديد الأساليب والأدوات التي ينفذها المستخدمون لاكتشاف الأخبار الزائفة على تلك المواقع ومكافحة انتشارها، ومعرفة طرق اكتشاف المستخدمين الأخبار الكاذبة، والتعرف على كيفية تعاون المستخدمين في المجتمع اليوناني لاكتشاف الأخبار الزائفة والرد عليها على الإنترنت تحديد استراتيجية لمعالجة مشكلة تفاعل المستخدمين مع الأخبار الزائفة .

وقام الباحث بتوزيع استبانة على الأعضاء من مجموعة Ellinika Hoaxes Facebook أظهرت نتائج هذه الدراسة أن المستخدمين بحاجة إلى أن يدركوا أن استهلاك الأخبار يجب أن يكون عملية نشطة. قيام أعضاء Ellinika Hoaxes Facebook بتنفيذ ملفات الاستراتيجية الخاصة للتحقق من الأخبار المتداولة عبر الإنترنت، وأن المستخدمين يدركون حقيقة أن الأخبار الزائفة قد زادت بسرعة، بينما أوضحت دراسة (Vergeer، 2018) حول: مصداقية الصحفيين عبر الإنترنت وسلوك التحقق من الأخبار الزائفة، التعرف على مدى تحقق الصحفيين من المعلومات المقدمة من المصادر عبر الإنترنت، وتحديد إلى أي مدى يمكن تفسير سلوك التحقق من خلال المصدقية المتصورة للصحفيين عن المعلومات عبر الإنترنت. وقام الباحث باستخدام عينة من قاعدة بيانات عضوية الرابطة الهولندية للصحفيين، تم إجراء استبانة على شبكة الإنترنت لسؤال الصحفيين عن آرائهم وسلوكهم وخصائص الخلفية المهنية. وقد أظهرت نتائج الدراسة: أن تعليم الصحافة لا يؤثر على سلوك التحقق للصحفيين، من خلال مصداقية المصدر المتصور عبر الإنترنت، أن تعليم الصحافة يؤثر فقط على المدى الذي يدركه الصحفيون للمعلومات شبه الحكومية عبر الإنترنت بوصفها أقل مصداقية.

بينما جاءت دراسة (عمر غازي، 2017)، الشائعات في عصر وسائل التواصل الاجتماعي وهدفت إلى التعرف على الوسائل المسببة لحدوث الشائعات وانتشارها، والأسباب التي من شأنها زيادة الأثر السلبي للشائعات المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والوسائل الإلكترونية بشكل عام، كما سلطت الضوء على عدد من الأساليب المتبعة في كشف زيف الشائعات ودحضها مع ذكر بعض الأمثلة التطبيقية عليها، والمبادرات والجهود الفريدة للقضاء على هذه الظاهرة، إضافة إلى عرض التشريعات المجرمة لهذا العمل في المملكة هذه الظاهرة، إضافة إلى عرض التشريعات المجرمة لهذا العمل في المملكة.

وتبين من مسح التراث العلمي لأدبيات التراث العلمي حول ما يختص بآليات مكافحة الأخبار الزائفة في الصحافة، بأن المدرسة العربية أهتمت بآليات التدقيق الصحفي للأخبار الزائفة والإجراءات القانونية، في المقابل قدمت المدرسة الأجنبية نماذج تطبيقية لمكافحة الأخبار الزائفة.

■ رابعاً: الاتجاه البحثي الرابع: أخلاقيات الممارسة المهنية للصحافة :

قامت مصر بسن تشريعات ووضع سياسات والخطط واتخاذ إجراءات للتعامل مع ظاهرة الإخبار الزائفة والكاذبة والتي تهدد الأمن القومي الوطني، كما قامت الصحافة بتطبيق أخلاقيات وبخاصة في بيئة الصحافة الرقمية والتزامها بالضوابط الأخلاقية مثل المسؤولية الأخلاقية عما ينشر مثل مسؤولية الموقع حول الروابط التعليقات المجهولة الهوية تقود إلى محتوى عدواني ، والتلاعب في الصور والفيديوهات والضوابط الأخلاقية للذكاء الصناعي والصحافة الآلية ، ومدى التزام الصحفيين بمواثيق الشرف المهني والخصوصية الرقمية التي تساعدهم على اتخاذ القرار في المواقف المختلفة وتحدد لهم ما هو الصواب وما هو الخطأ لتقليل مخاطر الأخبار الزائفة التي تلحق بهم وبالمجتمع.

وفي هذا السياق اهتمت دراسات كل من (على ، 2021) بمواثيق الشرف الإعلامي والتي تنظم عملية نشر الأخبار والتأكد من صحتها قبل نشرها ، بينما استهدفت (دراسة oCamp & Dominguez، 2020) تحليل مواثيق الشرف الأخلاقية في دول أمريكا اللاتينية، وتحديد مدى ملاءمتها للواقع الحالي للصحافة الإلكترونية وما إذا كانت المبادئ الأخلاقية التي يمكن أن تضبط الصحافة الآلية يمكن العثور عليها ضمن هذه المواثيق، وتحديد مدى صلاحية المدونات الأخلاقية بدول أمريكا اللاتينية بصفقتها ومحتواها الحالي لتكون بمثابة دليل مرجعي للأخلاقيات للمتخصصين في الصحافة الإلكترونية .

وفي دراسة (De pora, 2020) تستهدف الدراسة دور الاعلاميين المتخصصين في إنتاج الأخبار المرئية (الصور والفيديوهات) جنباً إلى جنب مع المواطنين الاعلاميين المنتجين لتلك الأخبار المرئية ومن خلال استطلاع على نحو (156) من الصحفيين المحترفين وآرائهم في مساهمة المواطنين لتلك المواد المرئية، وكانت النتائج صادمة بالنسبة للباحث حيث أوضحت أن المشاركين قاموا بتقييم تلك المشاركات بعين نقدية سلبية وأعربوا عن كرههم لتلك المساهمات المرئية للمواطنين واعتبروها تهديداً لكسب عيشهم وحرماً ضد مهنتهم .

دراسة nikkos(2020) تتركز اهتمامات البحث على إزالة التمييز بين الناشر والصحفي والمستخدم من خلال إشراك المواطنين في العملية الصحفية والتواجد عبر الإنترنت وهدفت الدراسة إلى الكشف عما إذا كانت المواقع الإخبارية تستخدم استراتيجيات التكليف الجماعي والابداع المشترك على النحو المحدد لها ومن خلال مفهوم التكليف الجماعي والذي يعد شكل من أشكال النشاط الجماعي عبر الإنترنت يتبرع فيه شخص أو مجموعة اشخاص بالتعاون في إخراج عمل ينطوي على فائدة متبادلة لكافة الأطراف من خلال إنشاء المجموعات الراصدة لتجميع

وتحليل تعليقات المستخدمين وتطبيقات الرسائل الفورية (MIMs) على كافة المواقع الإعلامية حول العالم .

وفى دراسة (ابو حمامة، 2020) حول نشر وترويج الإشاعات: دراسة فقهية، استهدفت الدراسة توضيح مفهوم الإشاعة، وأنواعها، وبيان الخطر المترتب من الإشاعات على المجتمع، وتفصيل الحكم الشرعي لنشر الإشاعات بأنواعها المختلفة، وبيان المواطن التي يجوز فيها شرعا نشر الشائعات، وأخيرا بيان عقوبة مروجي الشائعة في الشرع وفي نظام الجرائم المعلوماتية في المملكة العربية السعودية. ومن أهم نتائج البحث: أن مفهوم الشائعة يتمثل في اعتبارها خبر أو مجموعة أخبار زائفة تنتشر في المجتمع بشكل سريع وتتداول بين العامة صحيحة كانت أو غير صحيحة، من مصدر موثوق فيه أو غير موثوق، وأن ضعف الوازع الديني واستصغار الذنوب في النفوس في هذا الزمن ساعد في كثرة انتشار الشائعات وترويجها، ولذا جعلت الشريعة الإسلامية الشائعات من الجرائم المحرمة ديانة والمجرم قضاء دراسة serban (2019) تبحث هذه الدراسة في تأثير المشاركة العامة في المجال الصحفي في هونغ كونغ واستجابة غرف الأخبار التقليدية والرقمية لهذه العملية، و الاعتماد على نظرية المجال العام من خلال تناولها الاستراتيجيات التي يستخدمها الصحفيون للقيام بدورهم والحفاظ على حدود مجالهم، ومن خلال استمارة استبيان بالمقابلة تم تجميع آراء (24) صحفيا يعملون في وسائل الاعلام التقليدية والرقمية، وأظهرت النتائج عدم رفض الصحفيين للمشاركات العامة بل على العكس فهم يبذلون جهداً كبيراً في دمج تلك المشاركات في عملهم اليومي مع الحفاظ على معاييرهم المهنية. دراسة (2019 perrges) هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية مساهمة المواطنين في التحقق من الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي في الصين من خلال دراسة حالة على محرك بحث (Weibo) وبالتطبيق على انفجارات تيانجين 2015 وكيف تم كشفهم للشائعات المتعلقة بالانفجارات وكذلك كيف تحققوا من رسائل الشائعات الرسمية وأوضحت الدراسة أن محرك البحث كان له تأثيرات محدودة في مساعدة المستخدمين على التحقق من المعلومات أو الشائعات التي يحتمل أن تكون خاطئة .

دراسة (2019 Miller) هدفت الدراسة إلى تقييم كيفية إدراك الصحفيين لتأثير الاخبار الزائفة على القارئ بالاتصال في المؤسسات الصحفية وطريقة عملهم ، وهي تسعى لمعرفة التحديات التي تواجه صحافة المواطن وعرضها على وسائل الإعلام الرئيسية وكيف تستجيب لها، ومن خلال تلك الدراسة الاستكشافية على نحو (50) صحفى من ولاية كشمير وجدت الدراسة أنه ليس هناك اى خطر وشيك من تيار صحافة المواطن لأنها في مرحلة التكوين كما أن الصحفيين المحترفين لديهم الامكانيات التقنية للوصول إلى وسائل الإعلام الجديدة وتطبيقاتها

وعلى ذلك فقد أثبتت النتائج أنه على الرغم مما تتمتع به صحافة المواطن من إمكانات وفوائدها كمصدر للأخبار إلا أنها لا تشكل خطورة على الصحافة التقليدية أو الالكترونية المحترفة.

دراسة (Tegre 2019) الهدف من الدراسة هو استكشاف الاختلافات بين الصحفيين التقليديين والصحفيين المواطنين فيما يتعلق بالدور المعرفى لهم ومن خلال هذه الدراسة شبه التجريبية ومن خلال (12) مقابلة مع صحفيين محترفين وصحفيين مواطنين فى هونج كونج، وجدت الدراسة أن كلا الجانبين معنى بمستقبل حرية الصحافة وادراكهم لدرجات عالية من الرقابة الذاتية والأوضاع السياسية والاقتصادية إلا أن الصحفيين المحترفين ليس لديهم ثقة بالصحفيين المواطنين لنقص الحيادية وعمليات التحقق أو المصادقية فيما ينشرونه من اخبار .

دراسة (صبيح, 2109) هدفت الدراسة إلى التعرف على أبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في ما ينشر عبر الصحافة وتستفيد الدراسة من توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في عدة أوجه يأتي في مقدمتها معرفة الوظائف التي تقدم عبر صحافة المواطن، ورصد تصورات القائم بالاتصال في أقسام صحافة المواطن لهذه التقنية، وتشير نتائج الدراسة إلى وجود قدر كبير من المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية لدى المواطن الصحفي وهذا ما اشارت اليه إجابات المبحوثين والذين أرجعوه إلى حاجة المواطن الصحفي لإيصال صوته للمسؤولين، وتشير النتائج إلى أن المواقع الإخبارية تستفيد بشكل كبير من تقنية صحافة المواطن ومن ثم سيكون الاعتماد عليها بشكل كبير، هذا الاضافة أن هناك توجهات بتوظيف المواطن الصحفي ومحاولة استقطاب المتميز للاستفادة منه في مجال العمل الصحفي.

دراسة (Cathrin 2018) يتناول هذا البحث العمليات الفنية والتقنية التي يقوم بها مديرو الأخبار فى المحطات التلفزيونية المحلية لفحص المحتوى الذى ينشئه المستخدمين أو الصحفيين والتركيز على التقنيات المستخدمة للتحقق من صحة الأخبار والآثار المترتبة على ذلك مستقبلاً، وبذلك فإن مديرو التحرير يقوموا بمهام حارس البوابة لمنع الصور أو محتوى الفيديو الغير لائق بالسياسة التحريرية للقناة أو المحطة ومن خلال عملية الفحص تلك يوضح البحث كيفية منع أخبار وسائل الإعلام المزيفة من الظهور على الهواء .

دراسة Massip (2018) هدفت الدراسة إلى تحليل التفاعلات العامة بين المواطنين ووسائل الاعلام على تويتر من خلال تغريداتهم حيث تم تحليل ما يقرب من (70000) سبعين الف تغريده فى ثلاث ايام بعد حادث طائرة German Wings وأشارت النتائج إلى أن التفاعل العام على تويتر كان له دور هام فى مشاركة المواطنين فى تشكيل جدول أعمال القضايا التي سيتم تغطيتها بالإضافة إلى الروايات والأخبار الخاصة بهذه القضايا كما أفادت النتائج كيف كان

مستخدمو تويتر نشطين في تدقيق أخبار وسائل الإعلام وإنقادهم لبعض الأخبار التي اعتبروها غير مهنية أو أخلاقية وبذلك أصبحوا مراقبين للصحفيين المحترفين ووسائل الإعلام الرسمية .

وعن دراسة Niomegin (2018) تتناول هذه الدراسة دور الصحفيين في تدوير وإعادة صياغة ما يرد من الأخبار عبر الممارسات الصحفية للمواطنين فغالباً ما تعتمد الصحف على مصادر الأخبار التي ينتجها المواطنون أثناء الأزمات، وحرصاً على السرعة في نشر الخبر قد يضطر الصحفي إلى إعادة كتابة الخبر بناءً على ما يرد من معلومات، وتبين الدراسة كيف تلاشت الحدود بين الصحفيين والمواطنين المشاركين في صناعة الأخبار، (غندر، 2018) هدف البحث إلى التعرف على ظاهرة العنف كما تعكسها الصحافة بالمواقع الصحفية تتضح أهمية الدراسة من خلال تناول المعلومات التي تعتبر أداة مهمة لإيصال الأخبار في ظل تحول المتلقي إلى مراسل يعتمد على الوسائل التكنولوجية الحديثة في نقل وتوثيق الأحداث وتسليط الضوء عليها، وبذلك أصبح المواطن محور العمل الصحفي الإعلامي.

دراسة (الجعيد، 2018) هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع تعرض الصفوة الإعلامية السعودية لصحافة المواطن وعلاقتهم بدورها الإخباري، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، واختارت الباحثة عينة دراسة قوامها (205) مفردة من الصفوة الإعلامية باختلاف أنواعها (صحفية، إذاعية، تلفزيونية، إلكترونية خاصة بمواقع الصحف). فقد توصلت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من الباحثين يعتمدون على المواقع الإخبارية الإلكترونية كمصدر من مصادر الحصول على الأخبار على شبكة الإنترنت، كما أظهرت نتائج الدراسة تنوع وتعدد دوافع التعرض للصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت، إلى جانب التطور التكنولوجي الكبير والفضاء الافتراضي الذي ساعد على نمو هذا النوع من الإعلام.

دراسة (اللوحي 2018) هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات، و مدى ثقفتهم بها، وعلى أنواع صحافة المواطن، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: يعتمد الصحفيون على الصحافة الإلكترونية بسبب السرعة في نقل المعلومات والأخبار دون معوقات بنسبة 81.2 %، وسعت دراسة مرسى (2017) إلى التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو مصداقية صحافة المواطن، لذا استخدمت الباحثة المنهج الوصفي الميداني حيث تم جمع البيانات عن طريق الاستبيان .

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: متابعة الغالبية العظمى من الباحثين لصحافة المواطن والتي يتوقع غالبية افراد العينة أنه سيزداد الاعتماد على صحافة المواطن في المستقبل دراسة (Lussin وآخرون 2017) تعد الدراسة من الدراسات الاستكشافية فهي

تبحث عن طرق لإدارة تعليقات المستخدمين وتأثيراتها على جمهورهم ،وعلى الرغم من نقص الأدوات التحليلية في غرف الأخبار فقام الباحث بتطوير نموذج يمكن من خلاله مساعدة الصحفيين على تحليل وتقييم تعليقات المستخدمين بشكل منهجي ،وتم اختباره من خلال مجموعتين إحداهما من المحررين والآخر من مشرفي غرف الأخبار ،وتوصلت النتائج إلى أن هناك عدد من المميزات التي يعتبرها الصحفيون والمشرفون على التعليقات مفيدة ،والتي تتضمن تصنيف تعليقات المستخدم في الحجج المؤيدة والمعارضة للموضوع ووجهات النظر وأكد المبحوثون على أهمية ذلك النموذج في تقييم التعليقات، ومدى تأثير تفاعل المستخدمين على سلوكهم والخطاب العام .

دراسة kardagh(2017) هدفت الدراسة إلى التعرف على خصائص التقارير المختلفة التي تواجه أنماط مختلفة من الصحفيين والمواطنين وتصنيفها وكشفها ومن خلال تحليل عينات من شرائح مختلفة من المتابعين توصلت الدراسة إلى أن المهنيين والمواطنين يستخدمون الصحافة الالكترونية لأغراض صحفية كبديل فعال عن وسائل الاعلام التقليدية على تلك المنصة الجديدة . دراسة (Mutts2017) وهدفت الدراسة إلى التوفيق بين الأدلة المتضاربة التي كشفت عنها بعض البحوث السابقة في السلوكيات والأخلاقيات الاعلامية للصحفيين والمواطنين في تطبيقهم لمعيار الموضوعية عند تغطيتهم للأحداث، وتم مقارنة السلوك الصحفي وطرق جمع وإنتاج الأخبار بين الفريقين وتم تصميم نموذج شبه تجريبي تم تطبيقه بين المؤيدين والمعارضين والمتحيز والموضوعي حول جودة الأخبار ودرجة تحيزها ،وأطلق على النموذج (الموضوعية المتحيزة) وأظهرت النتائج تعزيز القيمة الإعلامية للرسالة الإعلامية مع التمسك بالقيمة الموضوعية وعدم تأثير مبدأ تناسق المواقف على تصورات القيمة الاعلامية .

دراسة (علاونة 2017) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور صحافة المواطن كمصدر للمعلومات، من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، ومعرفة أهم أسباب ظهور صحافة المواطن، وأبرز المعايير المهنية والتشريعات، والأخلاقيات المستخدمة فيها. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، وتم جمع البيانات باستخدام صحيفة الإستقصاء، وتم اختيار عينة بإسلوب العينة المتاحة، قوامها (811) مفردة من الصحفيين الأردنيين العاملين في الصحف الأردنية اليومية (الدستور، والرأي والغد، والأنباط، والديار، والسبيل الأردنية واعتمدت الدراسة على نظرية المشاركة الديمقراطية ، ونظرية الحتمية التكنولوجية.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: أن ظهور صحافة المواطن هو التحولات السياسية في المنطقة العربية، إن عمل المواطن الصحفي، أثر على طبيعة عمل

الصحفي المحترف، في الوسيلة الإعلامية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. دراسة (2017) Panda) : هدفت الدراسة إلى بحث اهتمام المجتمع بالقضايا الأخلاقية في نشر الأكاذيب والاذخار الزائفة عبر الإنترنت واستخدمت الدراسة تحليل المضمون لنحو مليون تعليق والتي تم نشرها رداً على مقطعي فيديو عن التحرش الجنسي في سن المراهقة في الهند واطهرت النتائج أنه على الرغم من أن البعض قد شكك في اخلاقيات المصور إلا أن معظم التعليقات الداعمة قد اشادت بحضور المصور وشجاعته ورجاحة عقله علاوة على ذلك ، يظهر التحليل أنه في حين حاول البعض تشويه الضحية ، دعا آخرون إلى أن تكون الاجابة أكثر تعقلا حتى تظهر الحقيقة كاملا إلا أن الفكرة الرئيسية هي في أن التعددية على الإنترنت أدت إلى ظهور تيارات خارجة عن الأخلاقيات المجتمعية والتي يجب البحث في تحجيم آراءها والرقابة عليها حت لا تسيء إلى الآخرين .

دراسة علام (2017)هدفت الدراسة التعرف على الاطار القانوني لممارسة حرية التعبير على الإنترنت كاساس للصحافة الحرة ، وامكانية المسائلة القانونية للمواطن مدنيا إذا تجاوز حدود حرية التعبير ، ومسئولية المواقع الالكترونية عن المحتوى غير المشروع ، وتوصلت الدراسة إلى أن المواطن لا يمكن اعتباره صحفياً بالمعنى القانوني ، حيث لا ينطبق عليه قواعد الممارسة المهنية ، والمحتوى الذى ينشره تقوم مسؤوليته على القواعد العامة للمسئولية المدنية لعدم وجود نصوص خاصة تنظم مسؤوليته عن المحتوى غير المشروع ، ومسألة الحق في التعبير على الإنترنت والتي تمثل الإطار القانوني لممارسة الصحافة.

وتوصلت دراسة (Domian Tombini ، 2017) أنه للحد من الأخبار الزائفة يجب حماية المصادر الإخبارية بنما فيها أصوات معارضة ، وفرض غرامات على نشر أخبار مفبركة وكاذبة ،وتطبيق قوانين تجرم نشر الأخبار الزائفة ، وبينت ودراسة (Giovanni Luca Ciampaglia ، 2017) تري أن انتشار المعلومات بشكل مضلل وغير دقيق وغير منهجي، أمر بالغ الخطورة ، ويشكل خطراً بالغاً على المجتمع ، وتحتاج كذلك هذه الظاهرة السلبية إلى دراسة عميقة من قبل خبراء الإعلام والاجتماع ؛ لوضع استراتيجيات فعالة للتصدي لهذا التضليل المعلوماتي، الذي ينتشر على وسائل التواصل الاجتماعي تحت العديد من المسميات " الشائعات، المنشورات الزائفة ، المعلومات المغلوطة الأخبار المفبركة ، الأخبار ، ومن الحلول المقترحة لمواجهة الأخبار الزائفة أكدت دراسة (Hundley ، 20107) على الحلول التشريعية والأخلاقية لتحجيم نشرها واستخدام القوانين للحد منها ، بينما ركزت دراسة (2017 Mihailidis) على توعية المواطنين وتحسينهم من هذه الأخبار ضمن تدريبات المعرفة الإعلامية .

وربطت الدراسات بين المواد الساخرة وانتشار الأخبار الزائفة، واعتبارها محرك قوي لزعة استقرار المجتمعات؛ واهتمت الدراسات بضرورة التربية الإعلامية ومهارات التفكير الناقد لدى الجمهور باعتبارها أداة فاعلة في دحض الأخبار الزائفة. وكشفت الدراسات عن التدخلات السياسية والقانونية لبعض الدول والحكومات في الحد من انتشار الأخبار الزائفة؛ كما رصدت الدراسات التأثيرات المختلفة لظاهرة الأخبار الزائفة، مع التركيز على الجانب النفسي لدى الجمهور في ضوء التخطبات الإخبارية المتتالية غير الصحيحة. وركزت الدراسات على وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها محرك قوى في سهولة وفورية انتشار الأخبار الزائفة.

أبدت العديد من البحوث اهتماماً برصد أوجه التشابه والاختلاف ومساحات التعاون المتاحة، وأيضاً أوجه التفرد والتميز لدى كلا التيارين الدراسات العربية والدراسات الأجنبية، وتوصيف طبيعة العلاقة القائمة بينهما حالياً ومستقبلاً، وربما تختلف البحوث الأجنبية عن مثيلاتها العربية في معدل اهتمام الأولى بمصادر الأخبار الزائفة والقوي الفاعلة لها والتي تعمل على إعطاء المصادر الصحفية معلومات خاطئة لصالح أجنادات سياسية أو قوى سياسية وحزبية للحصول على مكاسب سياسية أو تشوية صورة الحكومة وفقدان الثقة بها وبمؤسساتها ونشر الاضطرابات والتخويف والبلبلة.

بينما تركز الدراسات العربية على علاقة الصحفي بالمصادر الصحفية، والحرص على التحري والتحقق من صحة البيانات والمعلومات التي يحصل عليها، ولكن في الغالب تكون المعلومات مصادر ها كم قوى سياسية وحزبية نافذة ويأخذها الصحفي على أنها حقيقة وفي الواقع بها معلومات غير مكتملة ومضلة ذلك الاتجاه، وتصيب المعلومات الزائفة في صالح أجنادتهم السياسية أو الاقتصادية، ولذا يستوجب على الصحفيين التحري على المعلومات ومصادر ها ولذا يجب اكساب الصحفيين المهارات التكنولوجية اللازمة للتعامل مع الظاهرة الإعلامية الجديدة والتواجد حيث يتواجد الجمهور.

ثانيا: رؤية نقدية للدراسات عينة التحليل التي تناولت الأخبار الزائفة في الصحافة:

بناء على التقسيم الإنتاج الفكري إلى عدة اتجاهات فسيتم التحليل النقدي للدراسات عينة التحليل

أولاً: على مستوى الموضوعات البحثية للدراسات الخاصة بالأخبار الزائفة:

تشير النتائج الى تنوع الاتجاهات البحثية لبحوث الأخبار الزائفة في الصحافة مما يعني أن المدرسة العربية والباحثين العرب مهتمون ببحوث الأخبار الزائفة في الصحافة، من خلال الجانبين العلمي من خلال القائمين بالاتصال في الصحافة ومن خلال الباحثين في الإعلام.

- وتشير نتائج التحليل إلى مجموعة الاهتمامات في الدراسات والبحوث المعنية بالأخبار الزائفة في الصحافة على المستوى الموضوعي ويمكن استخلاصها على النحو التالي:
- تناولت المدرسة العربية والمدرسة الأجنبية موضوع تداول المعلومات التي بات مستخدمو الأنترنت يتناقلونها في عصر شبكات التواصل الاجتماعي عبر صفحات الصحف مما تشكل مصدرًا للصحفيين ومن يحتاج إلى التحقق منها بمقارنتها في الصحف الأخرى مثل دراسة (Alexandra Cristiane Melchior Mírian Oliveira ، 2021) ودراسة (Bovet، 2018)
 - ناقشت الدراسات العربية والأجنبية (الأوروبية والأمريكية)، أهمية وضع نماذج واستراتيجيات لمكافحة الأخبار الزائفة التي تواجه الصحفي المهني في مواكبة الأخبار والأحداث والصور والفيديو الرقمي، والتقارير الصوتية، والمقالات الآتية، وبخاصة الأخبار التي تكون فيها شك أنها مفبركة وزائفة مثل دراسة (محمد القاسمي، 2021) ودراسة (Pedro and Gradim، 2020) و (Hanie & Craft، 2019).
 - تناولت الدراسات العربية وخاصة المصرية أهمية التربية الإعلامية ومهارات التفكير الناقد لدى الجمهور باعتبارها أداة فاعلة في دحض الأخبار الزائفة مثل دراسة (زايد، 2021) ودراسة (الصالح، 2020).
 - كما اتفقت نتائج الدراسات العربية والأوروبية والأمريكية أن أسباب الأخبار الزائفة تتعلق بأهداف سياسية وأسباب اقتصادية وتمس الأمن القومي مثل دراسة (عبدالله، 2020) ودراسة (عبداللطيف، 2020) ودراسة (Mathew & Tochukwu، 2018).
 - وناقشت الدراسات الأوروبية أسباب الأخبار الزائفة والتي تتمثل في الصحفيين غير المحترفين، والدعاية التي تشتمل على الكذب السياسي مثل دراسة (Rasmus and Lucas، 2017).
 - تناولت الدراسات العربية والأوروبية القوي الفاعلة لنشر الأخبار الزائفة والمفبركة لصالح أجنداث سياسية وحزبية مثل دراسة (Serijan & Neil Shah، 2018) ودراسة (Mathew & Tochukwu، 2018) ودراسة (Bovet، 2018) والاسيوية من خلال (Zhang and others، 2019) ودراسة (حيدوري، 2017)
 - ناقشت الدراسات العربية والأجنبية الأسيوية لمفهوم الأخبار الزائفة هي عبارة أخبار ومعلومات ومنشورات مغلوطة وزائفة، هي التحدي الوجودي للصحفيين الذين يتعاملون مع جمهور يفقد الثقة في الصحافة والعمل الصحفي وأن أخبار التكذيب التي تطلقها وسائل

الإعلام ؛ نقلاً عن المسؤولين بمثابة محاولة لإعادة الأداء الإعلامي إلى المعايير الأساسية من الدقة والحياد مثل ودراسة (الرفاعي، 2021) دراسة (مراد، 2018) ودراسة (Richardson، 2017) ودراسة (Tombini، 2017) و (Jacob L. ، 2017) ودراسة (Ciampaglia، 2017)

- عالجت المدرسة الأجنبية تأثير الأخبار الزائفة على مصداقية الصحفي لدي القراء بضرورة تدقيق وتحقق صحفي وتقني للمعلومات والصور والفيديوهات وقديم معلومات صحيحة أول بأول مثل دراسة (زقزوق ، 2021) ودراسة (محمد ، 2021) ودراسة (عبدالله ، 2019) ودراسة (C.Shen، 2018)

- تناولت الدراسات العربية والأجنبية أهداف الأخبار الزائفة والكاذبة والمفبركة والتي تتمثل الحصول على مكاسب سياسية أو اقتصادية أو تشوية لسمعة الشخصيات العامة مثل (جلال ، 2020) ودراسة (فهومي ، 2019) ودراسة (حسني ، 2017) ودراسة (Huang، 2017، H).

- اتفقت المدارس العربية والأجنبية على تأثير الأخبار الزائفة والمفبركة تزيد من الاحتقان بين الشعوب ، و ساهمت في وضع أجندة أعمال الأحزاب مقارنة بالجماعات والقوي السياسية المنافسة ، مثل دراسة (أبو الجدايل، ، 2021) ودراسة (سافر، وبالطاهر، 2019) دراسة (الرحيلي، 2017) ودراسة (النجار ، 2017) و (Vargo، 2017).

- تناولت المدرسة العربية وخاصة المصرية، تأثيرات الأخبار الزائفة والشائعات المواقع الصحفية والإخبارية وصفحات الصحف على مواقع التواصل الاجتماعي؛ من خلال إدراكهم لمفهوم الأخبار الزائفة وأهدافها، وضرورة اعتماد مصادر رسمية للأخبار، والرجوع لأهل الخبرة خلال مناقشة هذه الأخبار المغلوطة والمدسوسة مثل دراسة (حسني ، 2017).

- اتفقت نتائج الدراسة المدرسة العربية والاجنبية في آليات مكافحة الأخبار الزائفة والتي تتمثل في تجريم الأخبار الزائفة ، والمرصد الإلكتروني ، ويقوم مجموعة من المراجعين المتخصصين بالتحقق من المقالات وما يرد بها من معلومات، ويتم من خلال ذلك تقديم تصنيف للمصادر وتصنيف مستخدمي المقالات (حيث يقوم المستخدمون بتصنيف المقالات، وهو ما يقدم تصنيفاً للمصادر وتقييم المستخدم للمصدر مثل دراسات (الصادق، 2021) و (أبو قوطة، 2021) و(عبدالغني ، 2020)، ودراسة (Anthino ، 2019) ودراسة (Zhou، 2018)

- تناولت المدرسة العربية ممثلة في دراسة (يونس ، 2019) بتطبيق نموذج Fact checking الذي انتهجته المؤسسات الإعلامية الكبرى لأنه الأسلوب الأمثل للحد من الأخبار الكاذبة والشائعات، ودراسة (Xinyi, Zhou, 2018) جاء بنموذج جديدًا لاستنتاج مصداقية الأخبار الزائفة تلقائيًا، وهو الذي يُعرف FAKEDETECTOR استنادًا إلى مجموعة من الخصائص الواضحة والكامنة التي يمكن استخراجها من المعلومات النصية.
- تناولت المدرسة العربية والمدرسة الأجنبية تحديد مصادر الأخبار الزائفة والمفبركة والأكاذيب والشائعات والتي تتمثل في الجماعات والأحزاب المعارضة مثل : (Oliveiraí, 2021) ودراسة (زايد، 2021) ودراسة (Coady, 2021) ودراسة (زقزوق، 2020)
- اتفقت نتائج المدرسة العربية والمدرسة الاجنبية أن الأخبار الزائفة والمفبركة والشائعات تنتشر وقت الحروب والأزمات والصراعات والتحولت السياسية مثل دراسة (رحمي ،2021) ودراسة (سمر عز الدين جلال، 2020) ودراسة (إيمان محمد حسني عبدالله ، 2020) ودراسة (عبداللطيف، 2020) ودراسة (& Craft Stephanie, 2019) ودراسة (Niel Shah & Serijan،2018) ودراسة (السيريدي ،2018) ودراسة (C.Vargo، 2018)
- ناقشت المدرسة العربية والمدرسة الأجنبية مصداقية الصحفيين عبر الإنترنت وسلوك التحقق من الأخبار الزائفة، التعرف على مدى تحقق الصحفيين من المعلومات المقدمة من المصادر عبر وتحديد إلى أي مدى يمكن تفسير سلوك التحقق من خلال المصداقية المتصورة للصحفيين عن المعلومات عبر الإنترنت مثل (دراسة Nadakas &Marji، 2017) (ودراسة S. Young Bae ، 2017)
- وانفردت الدراسات العربية ممثلة في دراسة (إيمان قناوي محمد، 2018) بأن أهم آليات مواجهة الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية هي توفير المعلومات الرسمية بشفافية كاملة لكافة المواقع الصحفية الإخبارية وإنشاء مركز إعلامية وبحثية مستقلة للسيطرة على الأخبار الزائفة يعمل على تتبع مصادرها وتحليلها ونفيها على أسس علمية، وضرورة عمل ندوات وورش لتوعية بها .
- تناولت المدرسة الأجنبية ممثلة في دراسة (Hundley، 2017) على الحلول التشريعية والأخلاقية لتحجيم نشرها واستخدام القوانين لمواجهة الأخبار الزائفة المضللة ، بينما اهتمت دراسات كل من (الصالح، 2021) و(دراسة بهنسي ،2021) و(حسين، 2021) و (دراسة يونس، 2019) و(دراسة عبدالعليم) و(دراسة فهمي، 2019) بضرورة سن

تشريعات وقوانين مغلظة لمنع الأخبار الزائفة ومحاسبة ناشريها تؤثر على سلامة المواطنين والمجتمع ، في حين ركزت (دراسة بوظمين، 2021) و(دراسة بهنسي، 2019) على ضرورة التزام الصحفيين بأخلاقيات وتشريعات الأخبار الزائفة،

- كما تناولت كل من المدرسة العربية والأجنبية مضامين انتاج الصحافة لمحتوي الأخبار الزائفة ورصد تأثيراتها على مصداقية الصحيفة وعلى المجتمع، ممثلة في دراسات (Zouh, ,Xinyi ,Jain Atishay ,Vir ,V ، 2018) ودراسة (arner hristian ,NehaGub ,Stuart Moran ، 2018) ودراسة (إيمان قناوي محمد، 018) .

بينما اهتمت دراسة (التلاوي، 2019) و(دراسة صلاح، 2018) بأخلاقيات العمل الصحفي في الالتزام بنشر المعلومات من مصادرها الرسمية، ويتضح مما سبق حرص الصحف على تطبيق أخلاقيات العمل الصحفي في نشرها للأخبار والتغطيات الصحفية والتأكد والتحري من صدق ما تنشره لكسب ثقة القراء.

ثالثاً: على مستوى الاتجاهات الخاصة بالأطر النظرية:

جدول رقم (3)

أهم الأطر النظرية المستخدمة في الدراسة عينة التحليل وفقاً للمدرسة البحثية

النسبة	العدد	المدرسة الآسيوية	المدرسة الأمريكية	المدرسة الأوروبية	المدرسة العربية	نوع الدراسة
						الأطر النظرية
21	11	-	-	4	7	نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
38.3	20	1	1	10	8	نظرية الأطر الخبرية
5.7	3	2	-	-	1	مدخل الاستخدامات والتأثيرات
3.8	2	-	-	-	2	نظرية الاستخدامات والاشباع
2	1	-	-	-	1	نظرية القيمة المتوقعة
3.8	2	-	-	-	2	نظرية المسؤولية الاجتماعية

3.8	2	-	-	-	2	نظرية حراس البوابة
2	1	-	-	-	1	نظرية ثراء الوسيلة
2	1	-	-	-	1	نظرية الانفعال المعرفي
2	1	-	-	-	1	مدخل سيوسولوجية الأخبار
2	1	-	-	-	1	نموذج إعادة نشر الشائعات
9.6	5	-	-	3	2	نموذج أدور الجمهور في التحقق
2	1	-	-	-	1	نموذج تفاعل الجمهور مع مواقع التواصل الاجتماعي
100	52	3	1	17	31	الاجمالي

يتضح مما سبق من خلال مسح الدراسات والبحوث العلمية السابقة أنه على الرغم من استناد بحوث الأخبار الزائفة في الصحافة على مجموعة متنوعة من النظريات والنماذج والمداخل المهمة، والتي تم استخدامها على المستوى التحليلي والتفسيري، إلا أن السيطرة كانت لنظرية الأطر الخبرية بنسبة بلغت 38.3%، والتي تميزت بها المدرسة الأجنبية ثم المدرسة العربية وظهرت في دراسات منها دراسة (زقزوق، 2021) ودراسة (حسن، 2021) ودراسة (جلال، 2020) ودراسة (عبدالله، 2020) ودراسة (بوسلماني، 2021) ودراسة (زقزوق، 2020) ودراسة (Steph & Jenkins Joy Tandoc JrE، 2019) ودراسة (عيد، 2019) ودراسة (Neil & Serijan، 2018) ودراسة (Zhang and others، 2019) ودراسة (Rasmus and Graves، 2017) ودراسة (Marot, RyanHo، 2017) ودراسة (أبو قوطة، 2021) ودراسة (GeorgeM، 2018) ودراسة (Maurice، 2018) ودراسة (Xi, Zhou، 2018)، حيث حرص الباحثون على تقديمها لاختبار فروضها لتفسير النتائج

ويليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بنسبة 21%، والتي سيطرت على المدرسة العربية وتليها المدرسة الأجنبية وقد حرص الباحثون على تقديمها لمعرفة مصادر الأخبار الزائفة، ومثلت أبرز النظريات والمداخل والنماذج التي استخدمتها المدرسة العربية: وظهرت في دراسات منها (rian OliveiraMi، 2021) ودراسة (نرمين على عجوة 2021) ودراسة (عباس ناجي، 2021) ودراسة (زايد، 2021) ودراسة (Mathew & Tochukwu، 2018) ودراسة (Dordan) (David & Connon. G) (2017) ودراسة (سافر، وبالطاهر، 2019) ودراسة (الدليمي، 2018)، بينما استندت دراسة (النجار، 2017) إلى نظرية الهاكطولوجيا، وهي

نظرية إعلامية حديثة ظهرت عام 2017 لتدرس الحقبة الجديدة التي تمر بها صناعة الأخبار الصحفية، في حين استندت دراسة (أبو شريفة، 2021) ودراسة (الرفاعي، 2021) الى مدخل الاستخدامات والتأثير، بينما استندت دراسة (عبدالعليم، 2021) إلى نظرية ثراء الوسيلة.

بينما استندت دراسة (الصالح، 2020) الى نظرية الانفعال المعرفي، في حين استندت دراسة (مراد، 2018) إلى نظرية إعادة نشر الشائعات، بينما استندت دراسة (محمد، 2021) بنموذج دور الجمهور في التحقق، ونموذج تفاعل الجمهور مع مواقع التواصل الاجتماعي، في حين استخدمت دراسة (بهنسي، 2019) (مدخل التربية الرقمية) بينما اعتمدت دراسة (عبدالغني، 2020) إلى نظرية السبين الإعلامي، ونظرية المسؤولية الاجتماعية.

واستندت دراسة (يونس، 2019) على مدخل سيولوجيا الأخبار، ويلاحظ عدم استناد دراسات على نظريات في المدارس العربية والمدارس الأوروبية منها دراسة (زايد، 2021) ودراسة (Coady، 2021)، ودراسة (مبارك، 2021) ودراسة (رحمي، 2021) ودراسة (منيرة، 2020) ودراسة (عبداللطيف، 2020) ودراسة (ودغمان، 2018) ودراسة (crossland، 2018) ودراسة (Graauwans، 20017) و(Domian Tombini، 2017) ودراسة (Giovanni Luca Ciampaglia، 2017) ودراسة (Hundley، 2017). ويرجع ذلك إلى أنها دراسات نظرية -استقرائية تستهدف طرح حلول لمواجهة الأخبار الزائفة.

النظريات والمداخل التي تهتم بالأخبار الزائفة في الصحافة:

قامت الباحثة بالاطلاع على موسوعة (Encyclopedia of Communication Theory) بالإضافة إلى جمع بعض المراجع التي تناولت النظريات الاجتماعية والنفسية التي يمكن استخدامها في مجال الإعلام للتعرف على النظريات الحديثة في دراسة الأخبار الزائفة في الصحافة ومنها:

أولاً: نظرية الأطر الخبرية:

عبر عمليات التقديم والتأخير والتكرار التي يتم من خلالها تعزيز مفاهيم وتصورات محددة، تؤكد أفكار دون أخرى، وحيث تعمل الأطر هنا على جعل بعض الأفكار في النص أكثر بروزاً عن غيرها في الوقت الذي يتم فيه إقصاء أفكار في النص أكثر بروزاً عن غيرها في الوقت الذي يتم فيه إقصاء أفكار أخرى بصورة كلية (هشام عطية 2005)،

- بناء الأطر الإعلامية:

تؤثر عديد من العوامل على أشكال الأخبار ومضامينها، وتشمل تلك العوامل: (أريج فخر الدين ٢٠٠٥)

- ١- تأثيرات القائم بالاتصال الذي يبني الأطر، ويضفي معنى على المعلومات، وتمثل تلك التأثيرات في متغيرات كالأيدولوجية، والاتجاهات ومعايير الحرفية، وتنعكس تلك التأثيرات على طريقة الصحفيين في بناء اطر التغطية الإخبارية.
 - ٢- اختيار الأطر الإخبارية وفقا لسياسات وأساليب الممارسة لوسائل الإعلام التي تسمى بالضغط التنظيمية.
 - ٣- المصادر الخارجية، مثل: السلطات، وجماعات الضغط، والمصالح والنخبة.
- وضع الأطر الإعلامية:

يبرز وضع الأطر الإخبارية خصائص القضية. وتؤثر الأطر في الآراء عن طريق التأكيد على قيم ووقائع واعتبارات محددة، وجعلها أكثر ظهورًا وارتباطًا بالقضية.

- تأثيرات الأطر على المستوى الفردي:

يستخدم أفراد الجمهور أطرًا لتفسير وتقييم الأحداث والقضايا المثارة. وتوجد ثلاثة مستويات للأطر الفردية، هي:

(أ) المستوى الثقافي Cultural level: يشير إلى الاعتماد المتزايد على وسائل الإعلام من قبل أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث والقضايا المختلفة والمرشحين السياسيين.

(ب) المستوى الشخصي Personal: يتعلق بالمعلومات التي يكتسبها أفراد الجمهور عن الأحداث والقضايا المختلفة من خلال الاحتكاك المباشر والخبرات الشخصية بتلك الأحداث والقضايا بغض النظر عن الخبرات المستقاة من وسائل الإعلام.

(ج) المستوى التكاملية Integrated level: ويشير إلى ذلك التكامل بين الخبرات المباشرة بالقضايا، وتلك المستقاة من خلال وسائل الإعلام، وينتج عن هذا التكامل تحديدًا للأطر المرجعية التي يوظفها أفراد الجمهور في تفسير الأحداث والقضايا المختلفة.

ثانيا - مدخل الممارسة المهنية:

يعد هذا المدخل من المداخل التي تركز على القائم بالاتصال لكونه مسئول عن إعداد المواد الإعلامية للمؤسسة الصحفية التي يعمل بها ، وقامت العديد من البحوث بدراسة القائم بالاتصال (حارس البوابة) ومدى أهميته كعنصر من عناصر العملية الاتصالية خاصة في بناء المؤسسة الإعلامية ونجاحها.

يركز هذا المدخل على القائم بالاتصال باعتباره طرفاً أساسياً له أثره في فعالية الرسالة الاتصالية، ومن أهم العوامل اللازمة لنجاح أي عمل إعلامي، والوصول إلى تحقيق الأهداف التي تسعى الوسيلة الإعلامية إلى تحقيقها، وعلى ضوء ما يتمتع به القائم بالاتصال من قدرات وكفاءة في الأداء، يتحدد مصير عملية الاتصال برمتها، وأن هناك عناصر تحدد قدرات القائم بالاتصال منها: الخلفية الاجتماعية والثقافية له، وعلاقته بالمؤسسة التي يعمل بها، وإدراكه للدور الذي يقوم به في المجتمع، ورؤيته للجمهور وعلاقته به، والسياق المجتمعي الذي جري فيه نشاطه ووعيه بالتحديات الحقيقية التي تواجه المجتمع، كما ينظر هذا المدخل إلى مفهوم المهنة على أنه يشير إلى الوظائف التي تتطلب معرفة متخصصة إلى حد كبير، وتستلزم مهارات تكتسب جزئياً من خلال التدريب الذي يستند إلى أسس نظرية وليست الممارسة فقط .

وفقاً لهذا المدخل يتأثر المنتج الصحفي إلى حد كبير باتجاهات الممارسة المهنية للقائم بالاتصال ، وتتأثر المهنية للقائم بالاتصال في مجال الصحافة بعدة عوامل منها : التأهيل العلمي والمهني للقائم بالاتصال والتنظيم الإداري داخل المؤسسة واتجاهات العلاقات الوظيفية والاجتماعية بين المستويات المختلفة بالمؤسسة وبين الزملاء ، بالإضافة إلى عوامل تتعلق بالرضا الوظيفي والأمن الوظيفي والأمن المعلوماتي وغيرها من الضغوط التي تؤثر في أداء القائم بالاتصال ويفيد هذا المدخل في رصد العوامل المثر في انتقاء الأخبار لدى القائم بالاتصال ومعرفة الأدوار المهنية لهم داخل الصحيفة التي يعملون بها لمعرفة وجهة نظرهم عن تأثير الأخبار الزائفة على الأفراد والمجتمع .

ثالثاً: نظرية ترتيب الأولويات:

اهتمت نظرية " ترتيب الأولويات" بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام، والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية المجتمع، وتفترض النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تهم المجتمع، وتفترض النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات

والقضايا التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها كونها تحظى باهتمام المتلقي، هذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم حريصين عليها كونها تحظى باهتمام المتلقي.

رابعاً: نظرية المؤامرة:

أصبحت نظرية المؤامرة التي كانت موجودة في المجتمع الأمريكي منذ تأسيس الجمهورية جزءاً من الحياة السياسية المعاصرة في المجتمع الأمريكي يمكن أن تشير إلى سرديات خفية، إن منطق المؤامرة يكون أحياناً مقنعاً ومثيراً للسخرية، ولكنه دائماً ما يجد جمهوراً؛ ولقد وفرت شبكة الإنترنت لنمو مجتمعات المؤامرة عبر الإنترنت.

وتستهدف نظرية المؤامرة تسريب القلق والإحباط أو المؤامرة وفضحها ومنعها، إذا كانت نظرية المؤامرة صادقة، وهناك بالفعل احتيال واسع النطاق أو هجمات خطيرة، فيجب توعية الجمهور بحيث تقل احتمالية حدوث أذى في المستقبل ولا بد من إيقاف المتسببين ومساءلتهم عن أخطائهم.

فإن نظرية المؤامرة: في الوقت الحاضر هي ميل إلى عقلية المؤامرة لإنتاجها وانجذابها، وهو تعريف دائري على ما يبدو يركز على العمل الجاري، ولكنه يركز بقوة على الأبحاث ذات الصلة مثل تزيف الأخبار وفبركتها لإشاعة الفوضى وعدم الاستقرار وبالتالي نظرية المؤامرة هي مجموعة من الأفكار التي تستند جزئياً إلى المنطق والحقائق وتقوم نظرية المؤامرة على تسريب أخبار مزيفة من أجل المشهد السياسي أو الاقتصادي والصحي ... وغيرهم.

رابعاً: على مستوى الاتجاهات الخاصة بالأطر المنهجية والأساليب البحثية:

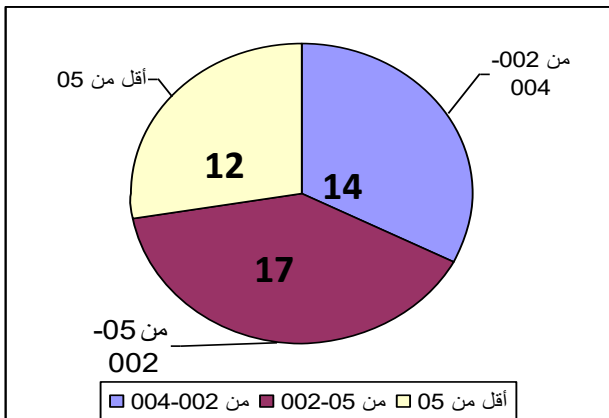
اعتمدت الدراسات والبحوث العلمية العربية عينة دراسة الأخبار الزائفة في الصحافة على منهج المسح، حيث سيطر استخدام منهج المسح الإعلامي على الدراسات العربية والذي جاء في مقدمة المناهج البحثية التي وظفتها الدراسات العربية عينة التحليل لبحث المتغيرات المرتبطة بالموضوعات البحثية التي تثيرها تلك الدراسات مثل، (جلال، 2020) ودراسة (ناجي، 2021) و(أبو شريفة، 2021) و(زايد، 2021) ودراسة (عبدالعليم، 2021) ودراسة (الرفاعي، 2021)، ودراسة (حسن، 2021) ودراسة (فهيم، 2019) ودراسة (محمد، 2018)، في المقابل اعتمدت دراسة (سول، 2017) على المنهج التاريخ في حين اعتمدت استخدمت دراسة

(زقزوق، 2021) أسلوب المقارنة في حين جمعت دراسات أكثر من منهج مثل دراسة (أبو قوطة، 2021) منهج المسح وأسلوب المقارنة، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، بينما استخدمت دراسة (عبداللطيف، 2020) الأسلوب النقدي، على حين استخدمت دراسة (زهوي وآخرين، 2020) المنهج التجريبي .

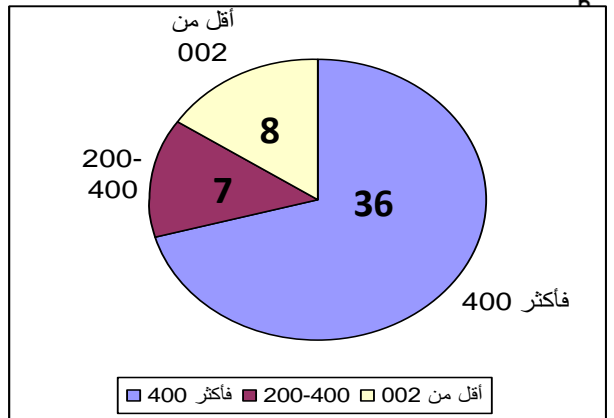
كذلك استخدمت الدراسات الأجنبية منهج المسح مثل دراسات (Oliveira, 2021) ودراسة (Coady، 2021) ودراسة (Bodhan، 2019) ودراسة (Sheila، 2019)، بينما اعتمدت دراسة (Graauwans، 2017) ودراسة (C.Shen، 2018) على المنهج التجريبي بينما استخدمت (Spiro، Engage Early، 2018) أسلوب المقارنة في حين استخدمت دراسات المنهج الكيفي مثل دراسة (Ciampaglia، 2017) ودراسة (SNeil & Serijan، 2018) ودراسة (Paul Chadwick، 2018)، في حين استخدمت الدراسات الأمريكية دراسة (S. Spiro، Engage Early، 2018) المنهج المسح، وكذلك استخدمت الدراسات الآسيوية دراسة (منيرة، 2020) ودراسة موسى المنهج المسحي .

ولكن يؤخذ على الدراسات العربية الكمية سيطرة طابع الجمود والتكرار خصوصا الدراسات الميدانية العربية، لذلك نجد الدراسات العربية الخاصة بالأخبار الزائفة في الصحافة قد افتقدت إلى البعد التفسيري واكتفت بالبعد الوصفي فقط، ومن ثم ترى الباحثة أن ضرورة تركيز الدراسات العربية على استخدام الأدوات الكيفية كالمقابلات المتعمقة أو جماعات النقاش المركزة لتفسير النتائج بشكل أكثر دقة وعمق .

خامسا: على مستوى العينات :



العينات الأجنبية



العينات العربية

شكل رقم (3) العينات

من خلال مسح الدراسات والبحوث العربية وجدت الباحثة أنها استخدمت عينات مختلفة طبقاً لطبيعة الدراسة وأهدافها وفروضها فوجدت الباحثة دراسات استخدمت العينات المعتادة 400 مفردة وبلغ الاجمالي 36 دراسة ومنها دراسات (زايد ، 2021) ودراسة (عبد العليم، 2021) و(عجوة، 2021) ودراسة (أبو شريفة ، 2021) ودراسة(أسماء أبو العنين، 2017) و(محمد ، 2018) ودراسة (مجدي، 2018) ودراسة (شتلة، 2017) ودراسة (أبو قوطة، 2021) ودراسة (بهنسى، 2019) بينما طبقت دراسة (الصادق، 2021) على عينة قوامها 407 مفردة في حين نجد ان هناك نحو 7 دراسات استخدمت مفردات من 200 مفردة الى اقل من 400 مفردة و8 دراسات استخدمت اقل من 200 مفردة منها دراستان اقل من 104 مفردة منها دراسة (الشمري، 2017) ، ثلاثة دراسات استخدمت أقل من 30 مفردة منها (الرفاعي، 2021) دراسة (زهوي وآخرين، 2020) وثلاثة دراسات استخدمت أقل من 70 مفردة منها دراسة (سافر، وبالطاهر، 2019).

إلا أننا نجد أن الدراسات الأجنبية استخدمت العينات القليلة العدد في نحو 17 دراسة استخدمت عينات أقل من 200 مفردة منها دراسة (Bodhan ، 2019) ودراسة (Graauwans, 2017) ودراسة (NadaKas & Marji ، 2017) ودراسة (S. Young Bae، 2017) و(Vargo، 20017) ودراسة (Lee, Spiro ، 2018) ودراسة (Mavridis George ، 2018)

بينما 9 دراسات استخدمت عينات أقل من 50 مفردة، وثلاثة دراسات استخدمت أقل من 30 مفردة دراسة (Anthino Kim ، 2019) ودراسة (C. Shen، 2018) بينما طبقت دراسة (E. Tandoc et al.، 2018) على عينة قوامها 2501 مفردة.

في المقابل اعتمدت الدراسات الأجنبية على تحليل لموضوعات الواردة بالصحف عن الأخبار الزائفة لرصد تأثيراتها وآليات الحد منها. في حين نجد دراسات عربية وأجنبية لم تستخدم عينات لأنها دراسات نظرية استقرائية تستهدف طرح الأسباب والحلول لمكافحة الأخبار الزائفة .

الخلاصة:

بعد استعراض البحوث والدراسات الحديثة في مجال الأخبار الزائفة تبين ما يلي:

تنوعت المحاور والاتجاهات البحثية للأخبار الزائفة لتشمل أربع محاور أساسية وهي:

مصادر الأخبار الزائفة في الصحافة؛ الأخبار الزائفة في الصحافة وتأثيراتها على المستخدمين، المعالجة التقنية للأخبار الزائفة في الصحافة، أخلاقيات الممارسة المهنية في الصحافة ؛ ومن خلال استعراض الدراسات تبين الاهتمام الكبير بالمحور الأول وهو مصادر الأخبار الزائفة ويتفق ذلك مع كون الظاهرة تهم كلا من القائم بالاتصال والجمهور وهو التعرف على مصدر الشائعة أو الأخبار الزائفة حتى يتم تصديقها من عدمه.

حيث يحاول الباحثون من خلال هذه الدراسات التعرف على مصدر الشائعة وكيفية تأثيرها على الجمهور؛ وكيفية التصدي لمثل هذه المصادر والتأكد من سلامتها قبل نشر الخبر وتداوله.

ثم جاء في محور الدراسات الثاني عدد كبير من الدراسات يهتم بضرورة تدريب الصحفيين عمليا بكيفية استخدام الأدوات الصحفية الحديثة والبرامج من أجل التأكد من صحة الخبر وعدم الخلط بين الأخبار الزائفة والأخبار الحقيقية.

لوحظ من خلال استعراض الدراسات السابقة قلة الدراسات العربية مقارنة بعدد الدراسات الأجنبية في هذا المجال بالرغم من انتشار الاهتمام بذلك المجال البحثي في جميع دول العالم حيث ان مشكلة الأخبار الكاذبة باتت أزمة عالمية، تجلت بوضوح بعد الانتخابات الرئاسية الأميركية في العام 2016، ويرى بعض الخبراء والمتخصصين أن شبكات التواصل الاجتماعي، وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة، والبرمجيات الحديثة، خاصة التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي، ساهمت بشكل كبير في توسعة انتشار الشائعات، وجعلت كشف بعضها أكثر صعوبة، خاصة وأن التزييف وصل إلى مقاطع الفيديو، التي يتم إنتاجها بتقنيات عالية الجودة.

اتضح من الدراسات السابقة تفوق عدد البحوث الكمية علي عدد البحوث الكيفية؛ وكذلك زاد استخدام المنهج المسحي بشقيه التحليلي و الميداني بشكل أكبر من المناهج الأخرى؛ لذلك فنحن بحاجة الي المناهج النقدية و التجريبية بشكل أكبر في مجال الصحافة الزائفة لما سيكون له أكبر الأثر في فهم هذه الظاهرة من جميع أبعادها.

كان أكثر الأطر النظرية تطبيقا في دراسات الأخبار الزائفة هو الاتجاه الجديد لمدخل الممارسة المهنية حيث يركز هذا المدخل على القائم بالاتصال باعتباره طرفاً أساسيا له أثره في فعالية الرسالة الاتصالية، ومن أهم العوامل اللازمة لنجاح أي عمل إعلامي ، والوصول إلى تحقيق الأهداف التي تسعى الوسيلة الإعلامية إلى تحقيقها، كما ينظر هذا المدخل إلى مفهوم

المهنة على أنه يشير إلى الوظائف التي تتطلب معرفة متخصصة إلى حد كبير ، وتستلزم مهارات تكتسب جزئياً من خلال التدريب الذي يستند إلى أسس نظرية وليست الممارسة فقط.

وأخيراً فلا بد من تأهيل الصحفيين على التفريق بين الأخبار الزائفة والأخبار الصحيحة وعدم الخلط بين الأخبار ومواد الرأي ورصد الاتجاهات الحديثة المتعلقة بآليات تحقق الصحفي من الأخبار الزائفة، باستخدام التقنيات الحديثة ومهارات وخبرة الصحفيين في التحقق.

مقترحات الدراسة:

في ضوء ما تم مراجعته من أبحاث ودراسات تتعلق بالأخبار الزائفة وتأثيراتها على الفرد والمجتمع والدول في ظل استخدام القراء للصحف الإلكترونية عبر شبكات التواصل الاجتماعي تنوع مصادر معلوماتها، زمن ثم يأخذ الصحفيين من مواقع التواصل الاجتماعي معلومات قد تكون مزيفة وغير صحيحة حول القضايا والأزمات مما يُشكل تهديداً للأمن القومي في كافة مجالاته، لذا يجب على القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية ان يقوم بالتحقق من المعلومات ليفند الأخبار الزائفة وبناء على ذلك يمكن استخلاص النقاط التالية:

1- ضرورة إجراء دراسات لقياس مدى مصداقية الصحف فيما تنشره من أخبار ومدى التزامها بالمصداقية والتحقق والمهنية في نقل المعلومات إلى القراء بطريقة لا تلاعب فيها لصالح جماعات وأحزاب سياسية أو جماعات ضغط لتحقيق مكاسب سياسية أو اقتصادية.

2- المضمون الصحفي الذي أظهرته الصحف المتعلقة بالأخبار الزائفة، يتعين على الصحف مراجعته والتحقق منه وخاصة أنه يستخدم أساليب إقناعية مثل الأنفوجرافيك مما يزيد من إقناع القراء بالمعلومات المفبركة والزائفة.

3- تأهيل الصحفيين على التفريق بين الأخبار الزائفة والأخبار الصحيحة وعدم الخلط بين الأخبار ومواد الرأي ورصد الاتجاهات الحديثة المتعلقة بآليات تحقق الصحفي من الأخبار الزائفة، باستخدام التقنيات الحديثة ومهارات وخبرة الصحفيين في التحقق.

4- توجيه المزيد من الاهتمام بالبحث في مجال الاجتياحات الإعلامية والاتجاهات التدريبية المستجدة المؤهلة للقائم بالاتصال في مجال مواجهة الأخبار الزائفة أكاديمياً ومهنياً، ليكون ملم بالمعرف والمهارات الإعلامية، والتي تجمع بين المهارات الإعلامية التقليدية ومهارات التعامل مع تقنيات الحديثة في مجال تقنيات الاتصال الحديثة الخاصة بمكافحة الأخبار الزائفة.

5- دراسة مدى اعتماد الجمهور على الصحف في الحصول على المعلومات ومدى مصداقيتها.

٦- تأثير مدي انتشار الأخبار الزائفة على عملية النشر الصحفي التقليدي والرقمي وتأثيراتها على عملية الإصلاح الاقتصادي والتنمية الشاملة.

٧- اهتمام الباحثين بإجراء دراسات حول جهود المؤسسات الصحفية في التصدي لمحاولات اختراق مواقعها على الشبكات الاجتماعية والإنترنت وتحليل طرق كيفية نشر الأخبار الزائفة، في هذا الصدد يوصي العرض التحليلي بإجراء دراسات مماثلة في البيئة المصرية التي تعاني من انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الصحف الإلكترونية المتواجدة على شبكات التواصل الاجتماعي من قبل جهات ودول معادية لمصر.

٨- أظهرت تجارب الباحثين العرب التي رصدتها الدراسة تفوق استراتيجيات المنهج المسحي على أنواع المناهج الأخرى في بناء الدراسات المرتبطة بيئة العمل الصحفي المتعلقة بالأخبار الزائفة ، في المقابل استخدمت الدراسات الأجنبية المنهج التجريبي بل ورصدت دراسات علمية مع الحرص على نشرها في المجالات العلمية المحكمة وكذلك إعطاء المزيد من منهج دراسة الحالة ، والمنهج التاريخي ، والمنهج المقارن ، في إطار معطيات دراسات الأخبار الزائفة في الصحافة ومعطياتها في المجال الصحفي ودمجها في إجراء المزيد من البحوث حول محتوى الصحف التقليدية والرقمية .

وعلى الرغم سياق الاهتمام بدعم الأدوات البحثية المختلفة توصي الباحثة أستاذة وباحثين بالمزيد من الانتباه للتنوع في استخدام الأدوات البحثية في بحوث الأخبار الزائفة في الصحف التقليدية والصحف الرقمية مثل الملاحظة العلمية والمقابلة الشخصية والمقابلات المتعمقة ومجموعات النقاش (Focus Groups) حيث أشار العرض التحليلي إلى ضعف اهتمام الدراسات وخصوصاً العربية بتلك الأدوات بالرغم من أهميتها العلمية واعتماد الغالبية العظمى منها على أداة الاستبيان .

قائمة المراجع العربية

- أبو الجدايل , محمد حاتم (2021) ،الأخبار والمحتوى عبر الإنترنت والصراع ضد الأخبار الزائفة، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز، الآداب والعلوم الإنسانية - المجلد 29 ، العدد3، ص ص 654-663.
- أبو حمادة، منيرة سعيد عبدالله (2020) نشر وترويج الإشاعات: دراسة فقهية، مجلة جامعة جازان للعلوم الإنسانية ، مج9، 1ع.
- أبو شريفة , حسن أحمد .(2021). ،قناة الجزيرة | مواقع التواصل الاجتماعي تويتر | الأخبار الزائفة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، العدد 72، ص ص 515-535.

- أحمد , إلهام يونس.(2019). آليات تشكيل وتدقق المنشورات الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، العدد السابع عشر، يناير/ يونيه، ص ص 193-248.
- أحمد جمال حسن محمد.(2021). آليات الجمهور المصري في التحقق من الأخبار الزائفة وعلاقته بأنماطهم التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي، *مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر*، العدد59، ص 1003-1066.
- بهنسي , مها السيد.(2019).، آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة ، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة* ، العدد68، ص ص 556-614
- بودهان , يامين .(2019). تعامل المرسلين المحليين مع نشر الأخبار الكاذبة في الشبكات الاجتماعية: *مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - كلية أصول الدين، الجزائر*، المجلد 23، العدد46، ص ص 466-482.
- بوسلماني وهيبة.(2021). صناعة الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية لمنشورات صفحة "Fake News Dz" ، *مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، الجزائر* المجلد25، العدد 60، ص ص 749-766.
- جاكوب , سول.(2017). التاريخ الطويل المؤلم للأخبار الزائفة، *المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت*، ص ص 6-11.
- الجعيد، منال معيض. (2018). دوافع تعرض الصفوة الإعلامية السعودية لصحافة المواطن وعلاقتهم بدورها الإخباري: دراسة ميدانية . *المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث: المركز القومي للبحوث بغزة*، *مج4, 1ع* ، ص ص 96 – 118.
- جلال, سمر عزالدين (2020) الأخبار الزائفة فى مواقع الصحف الأمريكية وانعكاسها على تغريدات الرئيس ترامب دراسة تحليلية , *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية , المعهد الدولى العالى للإعلام بالشروق* , ع 13, ص ص 381-419.
- جلال, سمر عزالدين (2021) تعرض الشباب للشائعات حول فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القلق لديهم: دراسة ميدانية , *مجلة البحوث الإعلامية , جامعة الأزهر* , ع 57, ج 4.
- حجازي, رشا عبد الرحمن. (2018). تعامل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراكهم للأمن الاجتماعي: دراسة ميدانية، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة*، العدد 14، ص ص 281-344 .
- حسن, نسرين حسام الدين (2021) التوجهات والمقاربات النظرية في بحوث تأثير الشائعات في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الأمن القومي دراسة تحليلية من المستوى الثاني ، *مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام جامعة الأزهر* - العدد75، ص ص 1599-1645.
- حيدوري , لطفي. (2017). التضليل الإعلامي: الصحافة بين الاحتراف الاقتراف، *مجلة 30 دقيقة، تونس: مركز الدراسات الاستراتيجية والدبلوماسية* .

- الديلمي , عبد الرزاق. (2018). إشكالية الأخبار المفبركة وتأثيراتها على الرأي العام ، **مركز الجزيرة للدراسات، جامعة البترا، الأردن**.
- رحمي , لبني. (2021) وانتشار الأخبار الكاذبة عبر فيسبوك في الجزائر، **مجلة العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي، المجلد 8، العدد 2، ص ص 307-324**.
- الرحيلي, محمد بن سليم الله بن رجاء الله. (2017). الآثار السلبية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وجهة نظر طلاب المرحلتين الثانوية والجامعية بالمدينة المنورة ودور المؤسسات التربوية في مواجهتها. **مجلة التربية، جامعة الأزهر، العدد 175، ص ص 744-804**.
- الرفاعي, أحمد بدر فهمي. (2021). أثر الإعلام الرقمي على التصدي للشائعات والمساهمة في انتشارها من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة في وزارات الحكومة الأردنية، **مجلة رماح للبحوث والإعلام، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية - رماح، الأردن، العدد 56، 2021، ص ص 347-366**.
- زايد, السيد لطفي حسن. (2021). العلاقة بين مستوى المواطنة الرقمية لدى الشباب الجامعي وإدراكهم للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، المجلد 2 العدد 57، ص ص 719-966**.
- زقروق, عبدالخالق إبراهيم عبدالخالق. (2020). الأضر الخيرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومي المصري، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 54، ص ص 3891-3978**.
- سافر, خميدة، بالطاهر عائشة. (2019). أثر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام، **رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقمة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال**.
- سالم, حمدان خضر (2017). طرق مواجهة الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي والفيس بوك، **مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد 42، ص ص 61-85**.
- شنتلة , ممدوح السيد. (2017). الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب ، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 16، ص ص 119-192**.
- الشمري, إسماعيل بن مزهر صالح. (2017). الإشاعة في الصحافة الإلكترونية العربية وتأثيراتها على المجتمع، **رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ص ص 251-252**.
- شيلا , نابوفي. (2019). خطة للتحكم بظاهرة الأخبار الزائفة على شبكة الإنترنت في نيجيريا، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، المجلد 46، العدد 2، ص ص 179-192**.
- الصادق, الطيب أحمد محمد. (2021). دور المنصات الإلكترونية في مكافحة الشائعات أثناء جائحة كوزرنا، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 57، ص ص 1285-1326**.
- الصالحي, أبو بكر حبيب. (2020). دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر - العدد 54، ص ص 3683-3745**.

- صبيح، يسرا محمود (2019) المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لصحافة المواطن عبر الإعلام الرقمي دراسة حالة للقائمين بالاتصال في قسم صحافة المواطن بموقع اليوم السابع ، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال* ، جامعة الأهرام الكندية ، ع (26) ، ص ص394-422.
- العازمي ، محمد هاجد. (2021). مخاطر الفبركة الرقمية في الإعلام الجديد عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، *مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر*، العدد 56، الجزء الثالث، ص ص 1207-1231
- عبد الحميد ، حنان عبد الوهاب. (2019). الشائعات في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على نشر الأخبار الزائفة كما يراها الصحفيون بالمواقع الإخبارية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة* ، العدد 19، ص ص 59-97.
- عبد الخالق ، يسرا حسني. (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، دراسة منشورة، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة* ، العدد49، ص ص84-107.
- عبدالعليم ، مصطفى عبدالحى. (2021). دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين، *مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر*، العدد58، ص ص 757-812 .
- عبدالغني ، مي.(2020). توظيف كواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة : مواقع فيس بوك نموذجاً، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية المعهد الدولي للعالي للإعلام بالشروق*، العدد 22، ص ص 10-41.
- عبدالفتاح ، فاطمة الزهراء. (2018). أثر الأخبار الزائفة على أبعاد الثقة المجتمعية، *مجلة الديمقراطية، القاهرة، مؤسسة الأهرام، المجلد 18، العدد71، ص ص 74-80.*
- عبداللطيف ، ممدوح عبدالله محمد. (2020). العلاقة بين الإعلام التقليدي والرقمي: دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث الأخبار الزائفة Fake New، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة*، مجلد 2، العدد 2، ص ص 219-237 .
- عبدالله، إيمان محمد حسني. (2019). آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الخبري للصفحات الزائفة المنتحلة المنتحلة لأسماء الصحف المصرية على شبكة الفيسبوك، *مجلة الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة*، المجلد 18 العدد1، ص ص 1-50.
- عجوة ، نرمين على (2021)، الاعتماد على تويتر كمصدر للأخبار وإدراك مصداقيته لدى المستخدمين من الجمهور المصري، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة*، العدد 20، ص ص 491-535
- عطية، هشام (٢٠٠٥)، دور المصادر في بناء تحيزات التغطية الخبرية: دراسة تحليلية مقارنة للخطاب الخبري جريدتي النيويورك تايمز والواشنطن، بشأن قضية الجدار الإسرائيلي العازل، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد الخامس والعشرون، ص 232 .

- عيد , مني عيد محمد.(2019).الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها، *مجلة البحوث والدراسات الإعلام ، المعهد العالي للإعلام بالشروق*، المجلد الثاني، العدد التاسع يوليو –سبتمبر، صص702- 738.
- غندر، بوسي فاروق محمود (2018) اتجاهات الخبراء نحو تطبيق معايير التربية الإعلامية بصحافة المواطن بالمواقع الصحفية، *مجلة كلية التربية النوعية، جامعة بورسعيد - كلية التربية النوعية، ع7ع*.
- فخر الدين؛ أريج محمد ، (٢٠٠٥)؛ القضايا التي تعالجها البرامج الإخبارية التي ينتجها قطاع الأخبار بالتلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، *جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون، صص79، 80*.
- فهمي , بسنت مراد (2018) ترويج الشائعات والأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعوامل انتشارها.
- فهمي، أحمد. (2019). تأثير الأخبار الاقتصادية الزائفة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاه الجمهور نحو الإصلاح الاقتصادي، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق* العدد 8، ، صص48-63 .
- القاسمي , محمد (2021) إعلام الأزمات والأخبار الزائفة بالمغرب: جائحة كورونا نموذجا، *المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل جامعة سيدي محمد بن عبد الله فاس – المغرب*، المجلد الرابع العدد 15 ص ص 21:36.
- اللوح، محمود يوسف أحمد (2018). اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات وانعكاسها على أدائهم المهني، *رسالة دكتوراه غير منشورة. الجامعة الإسلامية غزة ، كلية الآداب .*
- محمد , نهى مجدي (2018) ، اعتماد الشباب على البرامج التلفزيونية الإخبارية في الحصول على المعلومات الأمنية واتجاهاته نحو الأداء الأمني، *رسالة دكتوراه غير منشورة، (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، قسم الإذاعة، 226-244*.
- محمد، إيمان فناوي (2018). الشائعات في المواقع الإخبارية وتأثيرها على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها، *مجلة البحث العلمي في الآداب، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، المجلد الخامس، العدد 19، ص ص 298-259*.
- مرسى، هدى عاطف محمود (2017) اتجاهات النخبة المصرية نحو مصداقية صحافة المواطن، *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، ع9*.
- موسى، ياسين طه (2020). دور وسائل الإعلام الجديد في ترويج الشائعات بين الشباب الجامعي، *مجلة آداب الفرهندي، جامعة تكريت، كلية الآداب، المجلد 12، العدد42، صص186-211* .
- ناجي , عباس. (2021). حالة القلق | فايروس كورونا | منصات التواصل الاجتماعي، *مجلة أكاديمية شمال أوروبا المحكمة للدراسات والبحوث، المجلد 11، العدد11، ص ص 115-140*.

- النجار, عبدالهادي. (2017). أثر التعرض للأخبار الزائفة بشبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل معارف واتجاهات الشباب نحو القضايا الداخلية بمصر: دراسة في إطار نظرية الهاكولوجي، *مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة*، العدد 16، ص ص 1229- 1332
- ودغمان، ميروسلاف. (2018). علم الإعلام: كيف نميز المعلومات الخاطئة من المعلومات المضللة؟، *مجلة الاستغراب، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية - مكتب بيروت، لبنان*، العدد 14، ص ص 33-351

ثانياً: قائمة المراجع الأجنبية

- Adam J. Mills, Christine Pitt, Sarah Lord Ferguson, "The Relationship between Fake News And Advertising Brand Management in the Era Of Programmatic Advertising and Prolific Falsehood", March 2019 *Journal of Advertising Research*.
- Antino, Patricia L. Moravec, and Alan R. Dennis. "Combating fake news on social media with source ratings: the effects of user and expert reputation ratings." *Journal of Management Information Systems* 36.3 (2019): 931-968."
- Bae, S. Y. (2020). The social mediation of political rumors: Examining the dynamics in social media and belief in political rumors. *Journalism*, 21(10), 1522–1538. <https://doi.org/10.1177/1464884917722657>,
- Bovet, H. A. Makse. (2018). Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election (Submitted on 22 Mar 2018arXiv:1803.08491 [cs.SI] (or arXiv:1803.08491v1 [cs.SI] for this version
- Carrieri, V., Madio, L., & Principe, F. (2019). Vaccine hesitancy and (fake) news: Quasi-experimental evidence from Italy. *Health economics*, 28(11), 1377–1382. <https://doi.org/10.1002/hec.3937>
- Chung, D. S., Kim, Y. S., & Nah, S. (2020). A comparison of professional versus citizen journalistic roles: Views from visual journalists: *Convergence*, 26(1), 210–226.
- Digital Threats: Research and Practice, (2020) 1(2), 1-25.
- E. C. Tandoc Jr., J. Jenkins & S. Craft. (2019). Fake News as a Critical Incident in Journalism, *Journalism Practice* , 13(6), 673-689 | Published online: 30 Dec 2018, available at ; <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1562958>
- E.Tandoc et al. (2017). Defining "Fake News": A Typology of Scholarly Definitions, *Digital Journalism*, Vol.6, No.2. pp. 2745-2746.

- Efeosasere Moibi Okoro, Benjamin Abara, Aneyelewa Alan-Ajonye, Zayyad Isa & Alex Umagba 2019, "Effects of Human And Human-Machine Fake News Detection Approaches on User Detection Performance", International Journal of Advanced Research in Computer Science, Volume 10, No. 1, January-February
 - Feyza Altunbey Ozbay, Bilal Alatas, "A Novel Approach for Detection of Fake News on Social Media Using Metaheuristic Optimization Algorithms", ELEKTRONIKA IR ELEKTROTEHNIKA, ISSN 1392-1215, VOL. 25, NO. 4, 2019
 - Franziska Zimmer, Katrin Scheibe, Mechtild Stock, Wolfgang G. Stock, , 2019 "Fake News in Social Media: Bad Algorithms or Biased Users?", *Journal of Information Science Theory and Practice*, June 05.
 - G. Lee, E. S. Spiro, Engage Early, Correct More: How Journalists Participate *in False Rumors Online during Crisis Events*, Information School, Department of Sociology University of Washington, Seattle, WA, 2018.
 - G. Mavridis.(2018).Fake news and Social Media, How Greek users identify and curb misinformation online, Master's Thesis (2-year), 15 Credits Malmö University, School of Arts and Communication, June 2018.
- G. Penny Cook, T. D. Cannon & D. G. Rand. (2017): ***RUNNING HEAD: PRIOR EXPOSURE*** AND FAKE NEWS Prior exposure increases perceived accuracy of fake News
 Research Gate <https://www.researchgate.net/ /Gordon Pennycook/..Prior exposure/ Implausibility>
- G.Luca Ciampaglia.(2017). Fighting fake news: a role for computational social science in the fight ...<https://glciampaglia.com/publication/fighting-fake-news/> Dec 18, 2018.
 - Giovanni Luca Ciampaglia, 2017: Fighting fake news: a role for computational social science in the fight ... <https://glciampaglia.com/publication/fighting-fake-news/> Dec 18, 2018 .
 - Guess, B. Nyhan & J. Reirpce.(2018) Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign.(Online): <https://www.polisci.washington.edu /.../selective-exposure-misinformation-evidence-co...> . Nov 14, 2018
 - H. Allcott, M. Gentzkow.(2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election, *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 2110236.

- H. Alsridi, M. Elareshi, and A.Karim Ziani. (2018). "News Sites and Fake News in the Egyptian Political Transformation 2013-14:Aljazeera.net Case Study", Sustainability and Resilience Conference: Mitigating Risks and Emergency Planning, Volume 2018.
- Huang, H. (2017). A War of (Mis) Information: The Political Effects of Rumors and Rumor Rebuttals in an Authoritarian Country. *British Journal of Political Science*, 47(2), 283-311. doi:10.1017/S0007123415000253
- J. Cross Long.(2020). Fake News is Admen's: Britain's psychological warfare campaign against the Nazis pre-empted the information wars of the 21st century.
- J. Crossland. (2018). Fake News is Old News: The British Origins of 21st... www.merseysideskeptics.org.uk/.../james-crossland-fake-news-is-old-news-the-british ...- Aug 30, 2018 - When: Thursday, September 20th..
- J. L. Nelson.(2017).Fake News, Fake Problem? An Analysis of the Fake News , Jul 17, 2017 Northwestern University at [https:// www.researchgate.net /.../318470831_Fake_News_Fake_Problem_An_Analysis_o...](https://www.researchgate.net/.../318470831_Fake_News_Fake_Problem_An_Analysis_o...)
- J. Pedro Baptista and A. Gradim. (2020). Understanding Fake News Consumption: A Review. *Social sciences Journal*, 9(185),1-22.
- Jessica , Roberts (2019),The erosion of ethics: from citizen journalism to social media, *Journal of Information, Communication and Ethics in Society* ,Vol. 17 No. 4, pp. 409-421
- K. Ahiabenu. (2018). Media Perspectives on Fake News in Ghana, Research Gate. https://www.researchgate.net/.../326901780_Media_Perspectives_on_Fake_News_in_Gh... Aug 9, 2018 - Media Perspectives on Fake News in Ghana.
- K. Antino, P. L. Moravec, and Alan R. Dennis. (2019) "Combating fake news on social media with source ratings: the effects of user and expert reputation ratings." *Journal of Management Information Systems* 36.3: 931-968.
- Katherine, Cummings (2018). Preventing Inaccurate Media: A Gatekeeping Analysis Of How News Managers Are Overseeingthe Process Of Citizen Journalism. *master. the Faculty of the Graduate Schoolat the University of Missouri -Columbia*,
- L.Guo and C.Vargo (2018) "Fake News" & Emerging Online Media Ecosystem: an Integrated Intermedia Agenda-Setting Analysis of The 2016 U.S Presidential

Election, *Communication Research*, Available at:

<https://doi.org/10.1177/0093650218777177>. p.1

- Luce, A., Jackson, D., & Thorsen, E. (2017). Citizen Journalism at The Margins. *Journalism Practice*, 11, 266–284.
- M. Himma-Kadakas.(2017). Alternative facts and fake news entering journalistic content production cycle, *Cosmopolitan Civil Societies Journal*, 9(2), 25-40.
- M. No Sadika. (2018). Fake news and misinformation. , www.researchgate.net/
<http://->
- M. Paul, and S. Viotty.(2017). "Spreadable Spectacle in Digital Culture: Civic Expression, Fake News, and the Role of Media Literacies in “Post-fact” Society." *American Behavioral Scientist* 61.(4) 441-454
- M. R. X. Dentith.(2017). What makes 'fake news' 'fake' news
www.academia.edu/32699239/
- M. Rajdev. (2017). Fake and Spam Messages: Detecting Misinformation During Natural Disasters on social media ... - IEEE Xplore
<https://ieeexplore.ieee.org/document/7396773>
- M. Vergeer. (2018). Incorrect, fake, and false. Journalists’ perceived online source credibility and verification behavior, *Observatorio (OBS) Journal*, Radboud University Nijmegen, The Netherlands, 037-052.
- M.Alimma – Kadakas. (2017). Alternative facts and fake news entering journalistic content production cycle, University of Tatu, Estonia, cosmopolitan civil societies: *An Interdisciplinary Journal*, 2, 25- 26
- Masip, P., Ruiz, C.D., & Suau, J. (2019). Contesting Professional Procedures of Journalists: Public Conversation on Twitter after Germanwings accident. *Digital journalism*, 7, 762-782.
- Miller - Carpenter, S. (2019). Citizen Journalism.
<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.786>
- N. Richardson. (2017) .Fake News and Journalism Education - Nick Richardson,
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1326365X17702268>
- Obar, J.A. and Oeldorf-Hirsch, A., (2018) “The biggest lie on the internet: ignoring the privacy policies and terms of service policies of social networking services”, *Information, Communication and Society* , Vol. 1.

- P. Chadwick.(2018).Why fake news on social media travels faster than the truth...
<https://www.theguardian.com/.../2018/.../fake-news-social-media-twitter-mit-journalism>.
- R. Ho, X. Li, T. Marot.(2017). The Truth Behind fake news. Insights into the perceived Trust Worthiness of news and its link to policy decisions.
<https://info.lse.ac.uk/staff/divisions/.../Group-9-The-Truth-Behind-Fake-News.pdf>
- R. Kleis Nielson and L. Graves, “News you don't believe”: Audience perspectives on fake news ... *<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/.../news-you-dont-believe-audience-perspective...>*
- S. Moran, C. Karner, N. Gupta.(2018). Falling for Fake News: Investigating the Consumption of News via Social Media, Conference Paper, CHI 2018, April 21–26, 2018, Montréal, QC, Canada. Paper 376.
- Schiltzer. (2018) The Spread of Top Misinformation Articles on Twitter in 2017: Social Bot Influence & Misinformation Trends, *Un Published Master Thesis*, The University of Arizona, p. 5.
- Serban, F. C. (2019). The professional boundaries of journalists in Hong Kong: Strategies of accepting and dismissing citizen journalists: *Global Media and China*, 4(1), 94–110.
- Shen. (2018). Fake Images: The Effects of Source: Intermediacy & Digital Media Literacy on Contextual Assessment of Image Credibility Online, *New Media & Society*, 21(2), 438.
- Shirsat .(2018). Understanding The Allure & Danger of Fake News in Social Media Environments, *Un Published Doctoral Thesis*, Bowling Green State University, p. 4.
- Somava,Pande (2017), Ethics in citizen journalism: incident of teenage girl molestation in India, *Journal of Information, Communication and Ethics in Society* Vol. 15 No. 1, pp. 2-16.
- Tambini, D. (2017). Fake News: Public Policy Responses. Media Policy Brief 20. London: *Media Policy Project, London School of Economics and Political Science*

- V. Chris J., L. Guo, and M. A. Amazeen. (2017). "The Agenda-Setting Power of Fake News: A Big Data Analysis of the Online Media Landscape from 2014 to 2016." *New Media & Society*, 1461444817712086.
- V. Graauwmans. (2017). Fake News in the Online World: an Experimental Study on Credibility Evaluations of Fake News depending on information Processing, Bachelor Thesis, Tilburg University.
- V. Perez-Rosas.(2017). Automatic Detection of Fake News. CoRR abs/1708.07104 University of Michigan ... <http://aclweb.org/anthology/C18-1287>, 2017. 25, 2017.
- Z. Jiawei, L. Cui, Yanjie Fu, and F. B. Gouza. (2018). "Fake news detection with deep diffusive network model." *arXiv preprint arXiv:1805.08751*
- Zeng, J., Burgess, J., & Bruns, A. (2019). Is citizen journalism better than professional journalism for fact-checking rumours in China? How Weibo users verified information following the 2015 Tianjin blasts. *Global Media and China*, 4(1), 13–35.
- Zhou, Xinyi, Atishay Jain, Vir V. Phoha, and Reza Zafarani. (2020): "Fake news early detection: A theory-driven model." *Digital Threats: Research and Practice* 1, no. 2 1-25.

الاتجاهات الحديثة في بحوث ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني دراسة تحليلية من المستوى الثاني

د. شيماء عز الدين زكي جمعة

أستاذ مساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام،
كلية الآداب، جامعة عين شمس.

ملخص:

تنتهي هذه الدراسة إلى دراسات تحليل المستوى الثاني Meta-Analysis، وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب «التحليل من المستوى الثاني Meta-Analysis» لمراجعة التراث العلمي من الدراسات السابقة منذ عام 2015 حتى عام 2021، لتحليلها تحليلًا نقديًا، بالاعتماد على عينة متاحة باللغتين العربية والإنجليزية، للوقوف على التطورات المتلاحقة في التسويق الإلكتروني، بالتركيز على الاتجاهات الحديثة.

وقد استهدفت الدراسة رصد وتوصيف وتحليل الاتجاهات الحديثة وأبرز الإشكاليات البحثية الخاصة بدراسات ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني على مستوى بعض الدراسات العربية والأجنبية على اختلاف السمات البحثية، وكذلك التعرف على المناهج العلمية والأطر النظرية المستخدمة في مجال دراسات ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني بغرض تقديم رؤية نقدية للتراث العلمي في ذلك المجال، وأخيرًا تقديم رؤية مستقبلية واقتراح أجندة بحثية لتطوير الدراسات في مجال ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني.

وقد تبين التنوع في الموضوعات والقضايا البحثية، والأطر النظرية والمناهج المستخدمة وأدوات الدراسة والعينات، وذلك على مستوى المدارس البحثية الأجنبية المختلفة، ومن الملاحظ أيضًا وجود تطور في الدراسات المصرية والعربية، ولكن هناك حاجة لمزيد من التطوير في محاولة لسد الفجوة المعرفية في موضوع الدراسة الحالي، من خلال تقديم رؤية مستقبلية للتطوير.

مقدمة:

تطور علم التسويق بشكل كبير خلال السنوات القليلة الماضية، حيث يعمد الباحثون إلى اكتشاف إستراتيجيات متجددة لتطويره، وتطوير المداخل المختلفة للتأثير في سلوك الجمهور، وكانت النتيجة استحداث العديد من أنواع التسويق المتجددة والنافعة بشكل مستمر، بما يتناسب مع طبيعة المجتمعات المختلفة.

وقد اهتم العديد من خبراء التسويق بالتطرق إلى التسويق الإلكتروني وإستراتيجياته، ومع تزايد الممارسات والتطور الهائل في المجال أصبح هناك ضرورة لوضع ضوابط وأخلاقيات لممارسة التسويق على مستوى مواقع الإنترنت المختلفة، ومما تقدم تحاول هذه الدراسة عرض البحوث والدراسات العربية والأجنبية عرضًا تحليليًا نقديًا للوقوف على الاتجاهات الحديثة في ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني.

وتقسم الباحثة الدراسة الحالية إلى ثلاثة أجزاء؛ يتناول **الجزء الأول** الإطار المنهجي للدراسة من حيث الموضوع والأهداف والعينة، **والجزء الثاني** يستعرض الاتجاهات الحديثة في البحوث التي تناولت موضوع الدراسة، أما **الجزء الثالث والأخير** فسوف يركز على رؤية الباحثة المستقبلية لتطوير البحوث والدراسات العربية في هذا المجال.

أولاً: أهداف الدراسة وإطارها المنهجي:

1- موضوع الدراسة وأهدافها:

يتبلور موضوع ومشكلة الدراسة في الاتجاهات الحديثة في دراسات ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني على اختلاف مجالاته، بغرض الوصول لرؤية مستقبلية لتطوير مجال أخلاقيات التسويق الإلكتروني على مستوى الدراسات العربية.

أهداف الدراسة:

تتناول هذه الدراسة بالتحليل العديد من الدراسات العربية والأجنبية في مجال ضوابط وأخلاقيات التسويق ، وذلك في المدة الزمنية التي تتراوح ما بين (2015 إلى 2021)، ويندرج تحت هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية هي:

1. رصد وتوصيف وتحليل الاتجاهات الحديثة وأبرز الإشكاليات البحثية الخاصة بدراسات ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني على مستوى بعض الدراسات العربية والأجنبية على اختلاف السمات البحثية.

2. التعرف على المناهج العلمية والأطر النظرية المستخدمة في مجال دراسات ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني بغرض تقديم رؤية نقدية للتراث العلمي في ذلك المجال.

3. تقديم رؤية مستقبلية واقتراح أجندة بحثية لتطوير الدراسات في مجال ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني بوصفه من المجالات المهمة في الوقت الراهن.

2- منهج وعينة الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى دراسات تحليل المستوى الثاني Meta-Analysis، وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب «التحليل من المستوى الثاني Meta-Analysis» لمراجعة التراث العلمي من الدراسات السابقة منذ عام 2015 حتى بداية عام 2021، لتحليلها تحليلاً نقدياً، بالاعتماد على عينة متاحة باللغتين العربية والإنجليزية، للوقوف على التطورات المتلاحقة في التسويق الإلكتروني، بالتركيز على الاتجاهات الحديثة.

وفي خطوة أولى للحصول على الدراسات، قامت الباحثة بالبحث في العديد من المواقع البحثية والأكاديمية ، ومحركات البحث، وقواعد البيانات العالمية والعربية عبر بنك المعرفة من بينها:

- EBSCOhost-- Google scholar--ResearchGate-- Semantic Scholar.
- Web of Science-- Microsoft Academic --Sage Journals --ProQuest.
- SSRN--Google.

• اتحاد مكنتبات الجامعات المصرية.

وقد تبين وجود وفرة في الدراسات في مجال أخلاقيات وضوابط التسويق بوجه عام في السنوات القليلة الماضية، بالتركيز على الدراسات التي تتناول ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني، سواء على مستوى الدراسات التي خضعت للتحليل أو غيرها من المراجع التي تمت الاستعانة بها لتدعيم الدراسة الحالية، في المدة ما بين 2015 حتى بدايات عام 2021م، وقد تم الاعتماد على قواعد البيانات العالمية والعربية التالية:

Springer--Emerald insight-- Science Direct Elsevier-- Willy online library-- Routledge:Taylor and Francis Group-- MDPI – ResearchGate.

وعلى مستوى قواعد البيانات العربية تم الاعتماد على دار المنظومة، والدوريات المصرية، ويتضح مما سبق أن قاعدة بيانات Springer كانت في مقدمة قواعد البيانات التي تمت الاستعانة بها نظراً لارتباط العديد من الدوريات بها بموضوع الدراسة الحالي، وهو ما يوضحه الجزء التالي:

الدوريات العلمية التي تم الرجوع لها في إطار الدراسة الحالية:

على مستوى الدراسات العربية التي اعتمدت عليها الباحثة، جاءت الدوريات والمجلات العلمية التالية:

بالنسبة للدوريات العلمية في مجال الإعلام والتسويق:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، مجلة البحوث الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية.

بالنسبة للدوريات العلمية في مجال القانون والتجارة:

المجلة المصرية للدراسات التجارية، مجلة الحقوق والحريات، مجلة الاجتهاد القضائي، مجلة الفقه القانوني والسياسي، مجلة الفكر القانوني والسياسي، مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مجلة القانون، مجلة المنارة للدراسات القانونية والإدارية.

بالنسبة للملتقيات العلمية:

الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية بالجزائر، الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري وأثارها على الاقتصاد الوطني والمستهلك بالجزائر.

وعلى مستوى الدراسات الأجنبية جاءت الدوريات كالتالي:

- Journal of Business Ethics.
- Journal of Retailing and Consumer Services.
- International Journal of Law and Political Sciences.
- Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research.
- Aesthetic Plastic Surgery.
- Berkeley Technology Law Journal.
- Journal of Information, Communication and Ethics in Society.
- International Journal of Entrepreneurship.
- Internet Research.
- Consumption Markets & Culture.
- Journal of Business Research.
- Online Information Review.
- International Journal of Consumer Studies.
- Journal of Cultural Economy.
- Journal of Consumer Policy.
- Journal of Consumer Behaviour.
- Aslib Journal of Information Management.

ويلاحظ مما سبق التنوع في الدوريات العلمية التي تمت الاستعانة بها، وإن كانت في مقدمتها Journal of Business Ethics نظرًا لارتباطها الوثيق بموضوع الدراسة الحالية. وجدير بالذكر أن الباحثة قد اعتمدت على العديد من الكلمات المفتاحية للبحث عبر المصادر السابقة في إطار الموضوع من بينها:

أخلاقيات التسويق الإلكتروني- ضوابط التسويق الإلكتروني- حماية المستهلك الإلكتروني-ميثاق أخلاقيات التسويق الإلكتروني- حماية المستهلك في الإعلان الإلكتروني- المسؤولية الأخلاقية التسويقية- التسويق الأخلاقي.

Ethics of Facebook Marketing-- Ethical issue in social media marketing--
- Social media marketing Ethics-- Electronic marketing Ethics--
Corporate Ethical Branding on YouTube-- Consumers perception of
online Ethics-- Online privacy-- Online consumer protection-- Viral
marketing ethics-- Online marketing ethical issue-- Internet marketing
ethics-- Consumer protection online advertising-- Consumer protection
online shopping-- ethics marketing in websites -- Twitter/ YouTube
/Facebook/ Instagram marketing ethics.

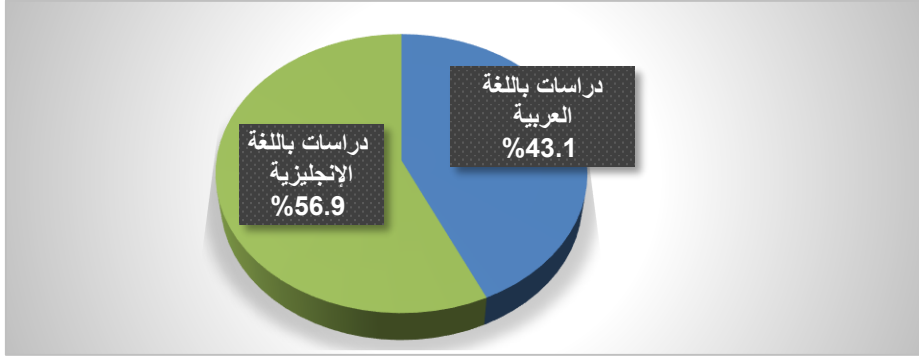
ويوضح الجدول التالي توزيع الدراسات محل الدراسة وفقًا لسنوات النشر:

جدول (1)

توزيع الدراسات التي تم تحليلها في مجال ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني وفقًا لسنوات النشر

عدد الدراسات	عام النشر
8	2021
9	2020
9	2019
10	2018
9	2017
4	2016
2	2015
51	إجمالي العدد

يتضح من بيانات الجدول السابق: وجود اهتمام من الباحثين بدراسة ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني في الأونة الأخيرة لما له من أهمية على مستوى العالم، وقد تم تحليل 51 دراسة سابقة متعلقة بالمجال، من بينها (22) دراسة باللغة العربية بنسبة 43.1% في مقابل (29) دراسة باللغة الإنجليزية بنسبة 56.9%، كما هو موضح بالشكل التالي:



شكل رقم (1) نسب توزيع الدراسات عينة الدراسة

وجدير بالذكر أن غالبية عينة الدراسة كانت بحوثاً ودراساتٍ علميةً ومقالاتٍ منشورةً في دوريات علمية مُحكمة فيما عدا رسالة دكتوراه واحدة تم الاعتماد عليها.

التعريفات المفاهيمية للدراسة:

دراسات ضوابط التسويق الإلكتروني: يقصد بها تلك الدراسات التي ركزت على القواعد والقوانين التي تحكم عمل التسويق الإلكتروني، بالإضافة إلى حماية المستهلك من مخاطر التسوق لضمان حقوقه في عمليات الشراء والتعاقد والتوقيع والدفع الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت، وكذلك ضمان الخصوصية وحماية البيانات.

دراسات أخلاقيات التسويق الإلكتروني: يقصد بها تلك الدراسات التي ركزت على القيم والقضايا الأخلاقية التي يجب مراعاتها عند التسويق لأي سلع أو خدمات عبر شبكة الإنترنت، مثل: المصداقية، والثقة، وعدم الخداع، والقيم الاجتماعية المختلفة.

التسويق الإلكتروني: يقصد به في الدراسة الحالية تسويق السلع والخدمات والإعلان عنها عبر المواقع المختلفة على شبكة الإنترنت، سواء على مستوى المواقع الإلكترونية للشركات، أو على مستوى صفحات الماركات عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وكذلك التسويق عبر تطبيقات الهواتف الذكية.

وفيما يلي جدول يوضح توزيع الدراسات التي تم تحليلها في مجال ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني وفقاً لمحاور الدراسة والسمات البحثية المختلفة(٥):

جدول (2)

(٥) تم تقسيم الدراسات السابقة في تلك الجزئية تبعاً للنطاق الجغرافي الذي تم التطبيق في إطاره، فيقصد بالدراسات المصرية تلك الدراسات التي طبقت في نطاق جمهورية مصر العربية، أما بالنسبة للدراسات العربية فهي تلك الدراسات التي طبقت في الوطن العربي على اختلاف الدول المختلفة، أما بالنسبة للدراسات الأجنبية فيقصد بها تلك الدراسات التي طبقت في عدة دول أجنبية كالولايات المتحدة الأمريكية، ودول أوروبا، ودول آسيا، ومن الملاحظ وجود دراسات مصرية وعربية كانت منشورة باللغة الإنجليزية في دوريات علمية عالمية

توزيع الدراسات التي تم تحليلها في مجال ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني وفقاً لمحاور الدراسة والسمات البحثية المختلفة

الإجمالي	الدراسات الأجنبية	الدراسات العربية	الدراسات المصرية	محاور الدراسة السمات البحثية
27	10	15	2	دراسات تناولت ضوابط التسويق الإلكتروني
24	15	3	6	دراسات تناولت أخلاقيات التسويق الإلكتروني
51	25	18	8	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق:

وجود تنوع في الدراسات التي تم تحليلها في محوري الدراسة، وغلبة الدراسات الأجنبية على اختلاف الدول التي تم التطبيق فيها. والجزء التالي يتناول التحليل النقدي للدراسات السابقة بشكل تفصيلي:

التحليل النقدي للدراسات العربية والأجنبية التي تناولت ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني:-

المحور الرئيس الأول: دراسات تناولت ضوابط التسويق الإلكتروني:
وفيما يلي توصيف الدراسات عينة الدراسة وفقاً لمحاور الدراسة:

جدول (3)
توزيع البحوث التي تم تحليلها في مجال ضوابط التسويق الإلكتروني

الموضوعات البحثية	السمات البحثية				%
	المصرية	العربية	الدراسات الأجنبية	الإجمالي	
حماية المستهلك الإلكتروني والخصوصية في إطار التسويق الإلكتروني	2	5	9	16	59.3
القواعد والقوانين التي تحكم العمل في بيئة التسويق الإلكتروني	-	10	1	11	40.7
إجمالي العدد	2	15	10	27	100

يتضح من بيانات الجدول السابق:

اهتمام الدراسات الأجنبية محل الدراسة بالتطرق إلى حماية المستهلك الإلكتروني والخصوصية في إطار التسويق الإلكتروني، في مقابل الدراسات المصرية، وعلى مستوى القواعد والقوانين التي تحكم العمل في بيئة التسويق الإلكتروني، تبين اهتمام العديد من الدراسات العربية بذلك المجال خصوصاً في دول المغرب العربي، وبالتحديد في الجزائر. ويتناول الجزء التالي التحليل النقدي لدراسات ضوابط التسويق الإلكتروني بشكل تفصيلي:

المحور الأول: التحليل النقدي للدراسات في الاتجاه البحثي الأول فيما يتعلق بضوابط التسويق الإلكتروني:
أولاً: فئة الموضوع أو المشكلة البحثية المطروحة والمجالات المرتبطة بها:

يلاحظ تطرق الباحثين إلى بحوث ضوابط التسويق الإلكتروني بشكل متداخل لارتباط قضايا الخصوصية وحماية المستهلك والقوانين التي تحكم عمل التسويق الإلكتروني ارتباطاً وثيقاً ببعضها البعض، ولذلك قامت الباحثة بتقسيم الدراسات بشكل مبدئي كما هو موضح:

بالنسبة لمحور حماية المستهلك الإلكتروني والخصوصية في إطار التسويق الإلكتروني:

تبين اهتمام العديد من الدراسات في ذلك المحور بالتركيز على العديد من القضايا والموضوعات بشأن حماية المستهلك على الإنترنت والخصوصية على مستوى العالم.

فعلى مستوى حماية المستهلك الإلكتروني اهتمت دراسة Gentina., Chen, , & Yang (2021) بالتركيز على كيفية حماية المراهقين من أضرار التسويق والإعلانات الضارة التي قد تظهر لهم في أثناء استخدام شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي المختلفة، وقد ركزت دراسة

Thorun, & Diels (2020) على مدى مساهمة التكنولوجيا الرقمية في حماية المستهلك مع الإشارة إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي، وقد توصلت الدراسة بوجه عام إلى أن تلك التقنيات لا تزال تحتاج لمزيد من التطوير في ذلك المجال، وبشكل عام قامت دراسات كل من نبيلة، صبرينة (2018)، وميلود، خلوط (2018)، والأمين (2018)، ولدغش (2017) بالتركيز على جوانب حماية المستهلك في البيئة الإلكترونية من حيث تقييم واقع حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية والتجارة، مع التركيز على بعض الممارسات التسويقية السلبية ودور جمعيات حماية المستهلك في ذلك، خصوصاً في العديد من الدراسات العربية التي أجريت في الجزائر والمغرب. أما بالنسبة للخصوصية فقد ركزت دراسة Amirtha., Sivakumar, & Hwang (2021) على المخاطر المدركة من التسوق الإلكتروني لدى المرأة الهندية، مثل: مخاطر الخصوصية والمخاطر الاقتصادية، وفي سياق متصل ركزت دراسة Gómez-Barroso (2021) على فاعلية الحوافز النقدية في دفع المستخدمين للكشف عن معلوماتهم الشخصية عند اتخاذ قرار الشراء من مواقع التسوق الإلكتروني في إطار الخصوصية.

كما ركزت دراسات Rasty et.al (2020) على ثقة المستخدمين والخصوصية في التسوق عبر الإنترنت، وبعض المخاطر النفسية الاجتماعية خصوصاً لعدم قدرة المستخدمين على فحص المنتجات قبل الشراء. وبدراسة بعض صفحات الماركات على الفيس بوك ركزت دراسة et.al Wang (2020) و Jacobson, Gruzd, & Hernández-García (2020) وألبرت (2019) ، وليتيم، مسكين (2018) على التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية مثل الخصوصية ومخاطرها والثقة، وتحديد تصورات المستهلكين لاستخدام بيانات وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض تسويقية في إطار الخصوصية في الممارسات الرقمية السلبية للمسوقين، ونوعية المخاطر المدركة نحو التسوق الإلكتروني داخل المجتمعات الافتراضية الاستهلاكية، في إطار التسويق الشبكي أيضاً.

وقد استهدفت دراسة Shilton, & Greene (2019) الوقوف على الخصوصية لتطبيقات الهواتف الخاصة بالشركات ومدى أخلاقية جمع وتخزين وتشارك بيانات المستخدمين في إطار المسؤولية الاجتماعية، وقد اهتمت دراسة Martin (2016) بكيفية فهم تطور قواعد الخصوصية

على الإنترنت، مع الإشارة إلى ضرورة احترام الشركات لخصوصية المستخدمين بشكل كافٍ وتلبية توقعات الخصوصية وحماية البيانات بالنسبة لمجموعات المصالح، وهو ما أكدته دراسة إبراهيم (2015) بالتركيز على طبيعة استخدام المعلنين لسجلات التتبع أو الارتباط (كوكيز) لتتبع المستهلكين عبر شبكة الإنترنت والحق في الخصوصية.

بالنسبة لمحور القواعد والقوانين التي تحكم العمل في بيئة التسويق الإلكتروني:

على مستوى بعض الدول العربية، ركزت دراسة Aloufi (2020) على قانون التجارة الإلكترونية الذي تم إطلاقه في المملكة العربية السعودية عام 2019 وفاعليته في حماية المستهلك، في حين ركزت دراسة Belwal, . Al Shibl., & Belwal (2020) على الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية وحماية المستهلك بسلطنة عمان، مع تحليل القوانين واللوائح الحالية وقد اتضح حداثة ومحدودية مبادرات حماية المستهلك نسبياً في التجارة الإلكترونية، في حين تطرقت دراسة Brink et.al (2019) إلى مدونات قواعد السلوك وفاعليتها في التأثير في المصادقية في سوق العمل على الإنترنت مع التركيز على المعتقدات الأخلاقية وطرق ردع السلوك غير الأخلاقي، وفي سياق متصل ركزت دراسات كل من: طويل (2019) ، وخدوج (2017) ، وعبد الرحيم، عبد الرحيم (2017) على الإشهار التضليلي الإلكتروني وكيفية تأثيره في سلوك المستهلك وكيفية حمايته قانونياً من التضليل الإعلامي والجرائم، وقد ركزت بعضها على جوانب متنوعة في التعاقد الإلكتروني ومخاطره في إطار التسويق كما في دراسات حسين (2018) ، وهدى (2017)، وغالم، علواش (2017)، ومحمد، جيموي (2017) وهو ما يعني ضرورة حصول المستهلك الإلكتروني على الحماية القانونية الكافية، وهو ما أكدته دراسة عبد الحليم، أمبارك (2017).

ومما سبق تبين للباحثة اهتمام الدراسات العربية والمصرية السابقة في ذلك المجال بالتركيز على الناحية الإدارية والتجارية والقانونية باعتبار ضوابط التسويق الإلكتروني من الموضوعات البنينة التي ترتبط بأكثر من مجال، ولكنها كانت نادرة من الناحية الإعلامية.

ثانياً: فئة الأطر النظرية:

- تبين اهتمام غالبية الدراسات الأجنبية بالاتجاه نحو استخدام نظريات ومداخل متنوعة، ولكن غالبيتها كانت ترتبط بمجالات بحثية أخرى كعلم النفس والاجتماع والإدارة والقانون والفلسفة؛ نظرًا لكون موضوع الضوابط من الموضوعات البيئية، وقد تم ربطها بموضوع الدراسة بشكل تطبيقي. ومن بين تلك النظريات:
- نظرية العقل Theory of Mind التي اعتمدت عليها دراسة Gentina., Chen, & Yang (2021) حيث تشير تلك النظرية إلى قدرة الفرد ومعتقداته ورغباته والعاطفة، ويرى العديد من الباحثين أن لتلك النظرية دور مهم في مكافحة الإعلانات الخادعة، خصوصًا عند التطبيق على الإعلانات الضارة غير الأخلاقية عبر الشبكات الاجتماعية.
- نظرية المخاطر المتصورة The Theory of Perceived Risk (TPR) التي اعتمدت عليها دراسة Amirtha., Sivakumar, & Hwang (2021) للوقوف على مدى إدراك المستخدمين للمخاطر المتصورة أثناء شراء المنتجات على الإنترنت، حيث تفترض أنه عندما يقوم الأفراد بشراء أي منتج، فإنه يدرك قدرًا من المخاطر بعضها يتعلق بإجراءات الشراء، مما ينعكس على سلوكهم.
- نظرية الثقة والالتزام Trust Commitment Theory (TCT) التي اعتمدت عليها دراسة Wang et.al (2020) حيث تركز النظرية على أن الجمهور يتفاعل مع الشركات في إطار بناء قيمة للعلامة التجارية وتدعيم العلاقات، مما يزيد من الثقة والالتزام.
- نظرية إدارة خصوصية الاتصال Communication Privacy Management Theory (CPM) التي اعتمدت عليها دراسة Jacobson, Gruzd, & Hernández-García (2020) في إطار وضع تصورات لكيفية استخدام بيانات وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض تسويقية مع التركيز على إدارة الخصوصية والثقة، حيث تستكشف النظرية كيف ينظم الأفراد المعلومات الخاصة بهم، وفوائد ومخاطر الكشف عن المعلومات في إطار الخصوصية.

- نظرية المعايير الاجتماعية Social Norm Activtion Theory التي ركزت عليها دراسة Brink et.al (2019) وتطويعها في فهم مدونات قواعد السلوك وكيفية تأثيرها في الصدق في بيئة العمل، في إطار تفعيل معايير السلوك الأخلاقي عل الإنترنت، مع تأكيد الدور المهم للمعايير الاجتماعية خصوصًا في بيئة العمل على الإنترنت.
- نظرية العقد الاجتماعي Social Contract Theory التي أشارت إليها دراسة Martin (2016) في إطار التطرق لقواعد الخصوصية في مجال الأعمال باعتبارها عقدًا اجتماعيًا بين الشركات والعملاء.

- ويلاحظ أن العديد من الدراسات -خصوصًا الأجنبية- قامت بالاعتماد على نماذج خاصة بها وتطبيقها على موضوع الدراسة، في حين اكتفت غالبية الدراسات العربية والمصرية في هذا المجال بالإطار المعرفي للدراسة من حيث إلقاء الضوء بشكل متعمق على الجوانب المختلفة المرتبطة بالموضوع، خصوصًا من الناحية القانونية في إطار حماية المستهلك والخصوصية، فيما عدا دراسة ألبرت (2019) التي اعتمدت على نظرية الفعل المبرر Theory of Reasoned Action، بالإضافة إلى نموذج معتقدات المستهلك نحو التسوق الإلكتروني، وكذلك دراسة (2020) Al Shibl., & Belwal، التي اعتمدت على مدخل البحث القانوني المعياري The Normative Legal Research Approach في إطار تحليل أدبيات الدراسات التي تناولت قوانين حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية.

ثالثًا: فئة المنهج المستخدم:

- تبين من التحليل اتجاه الدراسات المصرية التطبيقية مثل: دراسة ألبرت (2019)، وإبراهيم (2015) إلى الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في إطار الدراسة المسحية، وهو ما اعتمدت عليه العديد من الدراسات الأجنبية عند التطبيق على عينات كبيرة.
- وقد ركزت دراستا Gómez-Barroso (2021) و Brink et.al (2019) على استخدام المنهج التجريبي كأحد المناهج المستخدمة.

- وقد اتجهت بعض الدراسات العربية مثل دراسة Belwal, . Al Shibl., & Belwal, (2020) إلى الاعتماد على تحليل المستوى الثاني من الدراسات Meta analysis لتحليل مضمون أدبيات الدراسة في مجال قوانين حماية المستهلك.
- وقد اعتمدت بعض الدراسات الأجنبية على المناهج الكيفية بما يتلاءم مع طبيعة الدراسة وأهدافها كما في دراسة Rasty et.al (2020) ودراسة Shilton, & Greene (2019)، والتي اعتمدت على أحد المناهج المستخدمة في التحليل بشكل منظم بمعايير وخطوات محددة VIKOR Method.

رابعاً: فئة أدوات جمع البيانات:

- تبين من التحليل النقدي أن غالبية الدراسات العربية في هذا المحور لم تعتمد على أدوات جمع البيانات؛ لأن معظمها دراسات نظرية أقرب لمقالات علمية تنطرق إلى ضوابط التسويق الإلكتروني بشكل كفي متعمق، في حين اعتمدت الدراسات المصرية، مثل: ألبرت (2019)، وإبراهيم (2015) على الاستبيان الإلكتروني والورقي، وإجراء مقابلات نوعية متعمقة مع 15 من العاملين بمجال تكنولوجيا المعلومات والتسويق.
- وعلى مستوى بعض الدراسات العربية، اعتمدت دراسة ميلود، خلوط (2018) على إجراء مقابلة مع رئيس إحدى جمعيات حماية المستهلك بالجزائر، وكذلك قامت دراسة Belwal, Belwal, . Al Shibl., & (2020) بتحليل مضمون للأدبيات التي تناولت قوانين حماية المستهلك والضوابط والتشريعات، وهو ما يعني اهتمام الدراسات العربية بالأدوات الكيفية لجمع البيانات.
- أما بالنسبة للدراسات الأجنبية فقد اعتمدت على أدوات بحثية متنوعة، كالاستبيان الإلكتروني، والاستقصاء بالمقابلة، وقد اعتمدت دراسة Gentina., Chen & Yang (2021) على إجراء استبيان بطريقة كتابية paper & pencil surveys وذلك لتناسب مع طبيعة عينة الدراسة، حيث تم التطبيق على بعض طلاب المدارس في فرنسا.

- وقد اتجهت بعض الدراسات الأجنبية محل الدراسة إلى إجراء تجربة كما في دراسة Brink et.al (2019) وكذلك دراسة Gómez-Barroso (2021) التي قامت بإخضاع المبحوثين إلى تجربة شراء فعلية لبعض المواقع الإلكترونية.
- وقد اعتمدت دراسة Shilton, & Greene (2019) على أداة تحليل الخطاب لمنتدبين على الإنترنت.

خامساً: فئة عينة الدراسات:

- تبين من التحليل النقدي أن غالبية الدراسات العربية في مجال ضوابط التسويق الإلكتروني لم تعتمد على عينات؛ لأنها كانت أقرب لمقالات علمية ودراسات نظرية.
- في حين اعتمدت بعض الدراسات المصرية على عينة عشوائية بسيطة قوامها 400 مبحوث من الشباب المصري في الجامعات، كما في دراسة ألبرت (2019)، و300 مبحوث من مستخدمي برامج التصفح على الإنترنت من سن 18-59 كما في دراسة إبراهيم (2015)، وكذلك إجراء مقابلات مع المتخصصين في إطار الدراسة.
- أما بالنسبة للدراسات الأجنبية التطبيقية فقد اعتمدت غالبيتها على العينات غير الاحتمالية المتاحة، والعينة الحصصية على اختلاف المتغيرات الديمغرافية من مستخدمي مواقع الإنترنت وصفحات الماركات المختلفة في إطار كل دراسة، سواء من طلاب المدارس أو الشباب، أو الجمهور العام، أو العاملين في مجالات معينة، وبعض الفئات النوعية؛ كالمرأة، وذلك في عدة دول، مثل: إيران، وإسبانيا، والهند، وفرنسا، والولايات المتحدة، وكندا، أي أن هناك تنوع في فئات المبحوثين عينة الدراسة.
- وقد تراوحت متوسطات أعداد المبحوثين ما بين 96-913 مبحوث، وهو ما يدل على الاهتمام بحجم العينات، ومحاولة التنوع في التطبيق على عينات مناسبة وفقاً للغرض من الدراسة، خصوصاً في الدراسات الأجنبية.
- أما على مستوى العينة التحليلية، فقد اهتمت دراسة Shilton, & Greene (2019) بتحليل خطاب لعينة من المنشورات في منتدبين على الإنترنت في إطار دراسة خصوصية تطبيقات الهواتف الذكية.

المحور الرئيس الثاني: دراسات تناولت أخلاقيات التسويق الإلكتروني: وفيما يلي توصيف الدراسات عينة الدراسة وفقاً لمحاوير الدراسة:

جدول (4)

توزيع الدراسات التي تم تحليلها في مجال أخلاقيات التسويق الإلكتروني

الموضوعات البحثية السمات البحثية	الدراسات المصرية	الدراسات العربية	الدراسات الأجنبية	ك	%
أخلاقيات التسويق عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي	3	1	8	12	50
أخلاقيات الإعلان الإلكتروني	3	2	2	7	29.2
أخلاقيات التسويق عبر الألعاب الإلكترونية	-	-	3	3	12.5
أخلاقيات التسويق عبر تطبيقات الهواتف الذكية	-	-	2	2	8.3
إجمالي العدد	6	3	15	24	100

يتضح من بيانات الجدول السابق:

اهتمام الدراسات الأجنبية محل الدراسة بالتطرق إلى مجالات مختلفة في إطار أخلاقيات التسويق الإلكتروني، في مقابل الدراسات المصرية والعربية، ويتناول الجزء التالي التحليل النقدي لدراسات أخلاقيات التسويق الإلكتروني بشكل تفصيلي:

المحور الثاني: التحليل النقدي للدراسات في الاتجاه البحثي الثاني فيما يتعلق بأخلاقيات التسويق الإلكتروني:

أولاً: فنة الموضوع أو المشكلة البحثية المطروحة والمجالات المرتبطة بها: اتضح وجود تنوع في الموضوعات والوسائل التي تم التركيز على بحث ودراسة كيفية تطبيق أخلاقيات التسويق عليها، والجزء التالي يعرض تحليل الدراسات تحليلاً نقدياً:

على مستوى الدراسات التي تناولت أخلاقيات التسويق عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي:

تبين تنوع المواقع التي تمت دراستها بالإضافة إلى تنوع الموضوعات، فعلى مستوى القائم بالاتصال ركزت دراسة Cho (2020) على معرفة كيف ينظر المتخصصون إلى الاستخدام غير الأخلاقي للتسويق الفيروسي عبر المدونات في كوريا، وقد أشارت دراسة Martin., Shilton. & Smith (2019) إلى الدور الذي تقوم به الشركات والمديرون في تصميم

وتطوير ونشر التكنولوجيا داخل شركاتهم بالتركيز على الثقة والعلاقات مع مجموعات المصالح في إطار أخلاقيات الأعمال، وقد ركزت دراسة Atiyeh, Chahine & Abou Ghanem, (2020) على زاوية مختلفة تتعلق بكيفية حفز الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإقناعهم بالخضوع لجراحات تجميلية وفعاليتها بالتركيز على التسويق الفعال والسليم مع الحفاظ على أخلاقيات المهنة، وعلى مستوى الجمهور اهتمت دراسة Wang et.al (2020) بالتركيز على سلوك المواطنة للعملاء في مجتمعات العلامات التجارية الكبرى على الإنترنت في إطار التسويق، وفي السياق نفسه أشارت دراسات كل من Agag (2019) Tsao, & Mau, (2019) Hajli (2018) و دكروري، السيد، السعيد (2018) Elbeltagi & Agag (2016) إلى أخلاقيات التسويق والبيع عبر الإنترنت بالتركيز على كلمة الفم المنطوقة الإلكترونية، وكيف يمكن للمعلومات المقدمة أن تؤثر في تقييم الجمهور للمنتجات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى مصداقية المعلومات المقدمة من خلالها والثقة الإلكترونية، بالاعتماد على وضع نموذج شامل لأخلاقيات تجار التجزئة على الإنترنت، في إطار المسؤولية الأخلاقية والسلوك الأخلاقي.

وقد ركزت دراسة عبد الفتاح (2020) على أثر الخداع التسويقي في السلوك الشرائي التفاعلي للزبائن لمطاعم الوجبات السريعة، وقد أشارت دراسة Pierce (2016) إلى إشكالية مدى إمكانية استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي بشكل إيجابي في تدعيم أخلاقيات التسويق لجيل الألفية وتشجيع السلوك الأخلاقي في مكان العمل، في حين ركزت دراسة Angel , & McCabe (2015) على أخلاقيات نظم الدفع الإلكتروني في مجال الأعمال ومدى الثقة فيها والتطرق لطرق دفع جديدة مثل: البيتكوين Bitcoin.

على مستوى الدراسات التي تناولت أخلاقيات الإعلان الإلكتروني:

اهتمت دراسة إبراهيم (2020) بالتعرف على اتجاهات الجمهور نحو مصداقية إعلانات البيع المباشر على مواقع التواصل الاجتماعي في إطار التسويق المباشر، وقد ركزت دراسة عبد العظيم (2017) على القيم المدركة واتجاهات المستهلكين نحو استخدام الإعلانات التجارية عبر البريد الإلكتروني، وهو ما أشارت إليه أيضاً دراسة عبدلي، برش (2019) بالتركيز على رصد

الأثار التي تتركها الإعلانات الإلكترونية على الفيس بوك في قيم الطلاب في الجزائر، في حين أكدت دراسة López Jiménez, Carlos Dittmar & Vargas Portillo (2020) ضرورة وجود معايير أخلاقية بالإعلانات الرقمية حتى تحد من تصوير بعض الفئات كالمرأة بصور نمطية ووضعها في نماذج اجتماعية متحيزة ضدها وتجسيد المرأة بشكل ليس له علاقة بالمنتج، ولا يعكس صورتها الواقعية، وقد ركزت دراسة Moraes & Michaelidou (2017) على القضايا الأخلاقية في الإعلانات المثيرة للجدل وعلاقتها بفاعلية تلك الإعلانات، حيث تبين أنه حتى لو انتشرت تلك النوعية من الإعلانات فإنها لا تسهم في بناء العلامات التجارية أو تدعيم النية الشرائية، وقد ركزت دراسة عبد الجليل (2017) على التعرف على حقيقة الإعلان في العصر الرقمي وعلاقته بتشكيل القيم الاجتماعية لدى المرأة العربية. وعلى مستوى الاتجاهات الحديثة اهتمت دراسة السعيد (2018) بالتعرف على مصداقية إعلانات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالنوايا الشرائية للجمهور، وهو ما يدل على اهتمام الدراسات العربية بالتوجه نحو الاتجاهات الحديثة في أخلاقيات التسويق الإلكتروني.

على مستوى الدراسات التي تناولت أخلاقيات التسويق عبر الألعاب الإلكترونية:

ناقشت دراسة Harviainen, Paavilainen, & Koskinen (2020) أخلاقيات الألعاب الرقمية ومدى أخلاقية الحصول على النقود من الألعاب وانعكاس ذلك على الميزة التجارية على المدى البعيد، وهو ما دفع البعض إلى عرض التحديات الأخلاقية الموجودة في ألعاب الفيديو، والبحث عن كيفية تفعيل أخلاقيات ألعاب الفيديو المستخدمة في التسويق Video Business Games، وضرورة أن يراعي مطورو تلك الألعاب الأخلاقيات وليس السعي للربح فقط كما في دراسة Heimo et.al (2018)، في حين أشارت دراسة Jagger, Siala, & Sloan (2016) إلى كيفية تطوير تعليم أخلاقيات الأعمال التجارية من ناحية المعرفة والمهارات والقيم عن طريق الألعاب ثلاثية الأبعاد والمحاكاة.

على مستوى الدراسات التي تناولت أخلاقيات التسويق عبر تطبيقات الهواتف الذكية:

ركزت دراسة Sorum (2020) على دور تطبيقات الهواتف المحمولة في تفضيل المستهلكين للمنتجات وفقاً للاستهلاك الأخلاقي في السويد، ودورها في إمداد الجمهور بالمعلومات عن

المنتجات وتصنيفها على إنها مستدامة وصديقة للبيئة، وفي السياق نفسه ركزت دراسة Fuentes & Sörum (2019) على كيفية عمل تطبيقات الهواتف الذكية المصممة لمساعدة المستهلكين عن طريق إتاحة خيارات أخلاقية عند الاستخدام في الحياة اليومية. وبوجه عام، تبين أن الدراسات العربية تحتاج لمزيد من التركيز على أخلاقيات التسويق عبر مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي الحديثة، وجدير بالذكر أن الباحثة قامت في بعض البحوث الخاصة بها بالإشارة إلى أخلاقيات التسويق في الوقت الفعلي RTM، وكذلك أخلاقيات استخدام بعض التطبيقات الحديثة مثل: سناب شات وتيك توك، ولكنها لم تركز بشكل رئيس على الأخلاقيات المتعلقة بتلك التطبيقات، بل كانت في إطار الدراسة نفسها، مما يعني أن هناك حاجة لدراسة أخلاقيات التسويق في العديد من تطبيقات التواصل الحديثة.

ثانياً: فنة الأطر النظرية:

- على مستوى الدراسات المصرية، اعتمدت دراسة إبراهيم (2020) على نظرية الاستخدامات والإشباع للتعرف على اتجاهات الجمهور نحو مصداقية إعلانات البيع المباشر على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يعني أن هناك حاجة للاعتماد على مداخل ونظريات تسويقية حديثة لتتناسب مع طبيعة الموضوع، وفي المقابل اعتمدت دراسة السعيد (2018) على عدة نماذج حديثة في إطار دراسة مصداقية إعلانات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ألا وهي: نموذج مصداقية المصدر، ونموذج جاذبية المصدر، ونموذج توافق المنتج مع المؤثر، حيث وظفت الدراسة النماذج السابقة للوقوف على الدور الفاعل للمؤثرين في تسويق المنتجات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على النوايا الشرائية.
- أما على مستوى بعض الدراسات العربية، اعتمدت دراسة عبدلي، برش (2019) على أطر نظرية قد لا تتناسب مع طبيعة الموضوع، حيث اعتمدت على نظريات الاعتماد على وسائل الإعلام، والاستخدامات والإشباع، ونظرية الحتمية القيمية في إطار دراسة الآثار التي تتركها الإعلانات على الفيس بوك في قيم الطلاب، وفي المقابل اهتمت دراسة عبد الجليل (2017) بالتطرق إلى المدخل القيمي الذي ينظر إلى القيم الاجتماعية

بوصفها أحد جوانب النسق الاجتماعي الذي يسهم بدوره مع بقية عناصر النسق، مما ينعكس على توازن المجتمع واستقراره، بالإضافة إلى الاعتماد على المدخل الاجتماعي للإعلام الذي يركز على العلاقة الفاعلة بين الإعلام ومنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية، في إطار دور وسائل الإعلام ووظائفه المتنوعة في زيادة ترابط المجتمع والقيام بالوظائف الاجتماعية الأخرى.

- وعلى مستوى الدراسات الأجنبية، ركزت العديد منها على نظريات ومدائل متنوعة بعضها تم استنباطه من الدراسات السابقة في المجال، وكان بعضها في إطار علم الأخلاق كما في دراسة Cho (2020).

- وقد اعتمدت الدراسات الأجنبية محل الدراسة على النظريات والمداخل التالية:

- Fuentes & Socio Material Approach الذي ركزت عليه دراسة (2019) Sörum في إطار المنهج الإثنوجرافي لرصد كيفية دعم تطبيقات الهواتف الذكية للمستهلكين بإتاحة خيارات أخلاقية.
- نظرية ثقافة المستهلك Consumer Culture Theory التي أشارت إليها دراسة Sörum (2020) للتركيز على الاستهلاك الأخلاقي للعملاء ودور تطبيقات الهواتف الذكية في ذلك.
- نظرية الالتزام بالثقة Commitment Trust Theory ونموذج Buyers' Perception of Supplier Ethics وعلاقتها بتصورات العملاء نحو الأخلاقيات المتعلقة بالموردين، حيث أشارت دراسة (2019) Agag إلى نظرية الالتزام بالثقة، نظرًا للدور المهم الذي يقوم به ل من الثقة والالتزام في تدعيم العلاقات بين العملاء والموردين، وبالتالي فإن التصرف بطريقة غير أخلاقية ينعكس بالسلب على فاعلية العلاقات طويلة الأجل خصوصًا في بيئة العمل على الإنترنت، وكذلك أشارت دراسة Elbeltagi & Agag (2016) إلى نظرية الالتزام بالثقة في إطار إدراك العميل لأخلاقيات المتاجر الإلكترونية

Consumers' Perceptions of online Retailing Ethics (CPORE)

■ الدعم الاجتماعي Social Support التي أشارت لها دراسة Hajli (2018) في إطار أخلاقيات التسويق عبر المجتمعات على الإنترنت، حيث إنها نظرية مستمدة من علم النفس الاجتماعي، وتفترض أن الدعم الذي يحصل عليه الأفراد في المجموعات الاجتماعية المختلفة يجذبهم للانضمام لها، في إطار التفاعل مع أقرانهم حول العديد من المجالات في حياتهم اليومية.

■ نظرية التركيز التنظيمي Regulatory Focus Theory التي أشارت لها دراسة Higgins et.al Wang (2020)، حيث اقترح Higgins تلك النظرية عام 1997، وتفترض أن السبب وراء الاختلافات الفردية يرجع إلى أنماط السلوك المختلفة، وقد ركزت الدراسة على انعكاس تلك الاختلافات على سلوك مواطنة العملاء في مجتمعات العلامات التجارية على الإنترنت Customer Citizenship Behavior.

■ امتداد نموذج تقبل التكنولوجيا (TAM) Technology Acceptance Model الذي أشارت إليه دراسة Jagger, Siala, & Sloan (2016) حيث يُستخدم ذلك النموذج لتوقع وقياس رد فعل الأفراد نحو التطبيقات التكنولوجية، وقد تم التركيز عليه في إطار دراسة الألعاب ثلاثية الأبعاد والمحاكاة واستخدامها في إطار تعليم أخلاقيات الأعمال التجارية.

- كما اتجهت العديد من الدراسات الأجنبية إلى الاعتماد على الإطار المعرفي للدراسة لفهم طبيعة الظاهرة بشكل متعمق.

ثالثاً: فئة المنهج المستخدم:

- اتجهت العديد من الدراسات المصرية إلى استخدام منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي لفهم طبيعة الأخلاقيات بالنسبة للجمهور على اختلاف فئاته، وقد اعتمدت دراسة Agag (2019) على PLC Methodology Partial Least

Squares Techneqies كأحد المناهج والتقنيات البحثية المتخصصة، وهو ما يعني الاتجاه نحو استخدام مناهج حديثة في بعض الدراسات المصرية لخدمة أغراض الدراسة.

- وعلى مستوى الدراسات العربية، جاءت دراسة عبد الجليل (2017) بشكل كفي نظراً لكونها من الدراسات النوعية التي تفترض وجود حقائق وظواهر اجتماعية يتم بناؤها من خلال وجهات نظر الأفراد، ونظراً لارتباط الأخلاقيات بعدة جوانب تحتاج للفهم والتفسير من عدة زوايا في إطار السياق المجتمعي للدراسات التي تم تطبيقها.
- وعلى مستوى الدراسات الأجنبية تبين تنوع المناهج المستخدمة خصوصاً بشكل كفي، كما في دراسة Fuentes & Sörum (2019) التي اعتمدت على الإثنوجرافي لدراسة تطبيقات الهواتف الذكية، في حين اعتمدت بعض الدراسات على المنهج المختلط الذي يجمع بين الكمي والكيفي Mixed Method Approach، والمنهج شبه التجريبي، ومنهج المسح، بالإضافة إلى الاعتماد على تحليل المستوى الثاني من الدراسات Meta analysis .

رابعاً: فئة أدوات جمع البيانات:

- تبين من التحليل النقدي لدراسات أخلاقيات التسويق الإلكتروني وجود تنوع في الأدوات البحثية، حيث ركزت العديد من الدراسات على استخدام أدوات بحثية تتناسب مع طبيعة الدراسة.
- فعلى مستوى الجمهور اعتمدت غالبية الدراسات محل الدراسة على الاستبيان الإلكتروني لكونه الوسيلة الأنسب للوصول لعينات الدراسة عبر الإنترنت، حتى على مستوى المسؤولين بالشركات كما في دراسة (2019) Agag.
- وقد ركزت بعض الدراسات المصرية والعربية على الدمج بين الاستبيان الإلكتروني والورقي لمحاولة الوصول لأكبر قدر من المستخدمين، كما في دراسة إبراهيم (2020)، وبعضها اعتمد على جمع البيانات بالاستبيان التقليدي كما في دراستي عبدلي، برش (2017)، وعبد العظيم (2017).

- وعلى مستوى الجمهور اعتمدت بعض الدراسات الأجنبية أيضاً على إجراء مقابلات متعمقة مع الباحثين، وكذلك إجراء مجموعات نقاش مركزة كما في دراسة Jagger, Siala, & Sloan (2016).
- وعلى مستوى الوسيلة، اهتمت العديد من الدراسات في مجال أخلاقيات التسويق الإلكتروني بالاعتماد على تحليل المضمون الكيفي، كما في دراسة السعيد (2018)، وعبد الجليل (2017)، وهو ما يدل على التطور في الدراسات المصرية والعربية والاهتمام بالأدوات الكيفية لفهم الجوانب المختلفة، وقد اعتمدت دراسة عبد الجليل (2017) أيضاً على تحليل الوثائق.
- وقد اهتمت العديد من الدراسات بالاعتماد على أداة الملاحظة لملاحظة طبيعة الظاهرة، كما في دراسات Sorum (2020), Hajli (2018)، وعبد الجليل (2017)، ودراسة Fuentes & Sörum (2019) التي اعتمدت على الملاحظة الرقمية digital observation لتعليقات بعض مستخدمي تطبيقات الهواتف الذكية.
- وقد اهتمت دراسة Atiyeh, Chahine & Abou Ghanem (2020) بالاعتماد على إحدى الأدوات المتخصصة بشكل كفي في إطار البحث المرجعي، وهي أداة PICO tool based comprehensive literature search وذلك بالدخول على أحد المواقع المتخصصة في الطب الحيوي وعلوم الحياة PubMed لبحث واستعراض الدراسات والمنشورات في إطار الدراسة.
- في حين اهتمت دراسة Tsao, & Mau (2019) بإجراء تجربتين على الإنترنت في إطار الدراسة.

خامساً: عينة الدراسات:

- اعتمدت غالبية الدراسات في مجال أخلاقيات التسويق الإلكتروني على التنوع في العينات، في إطار أهداف الدراسة المختلفة، في عدة دول، منها الولايات المتحدة، وإنجلترا، وكوريا، والصين، والسويد، ومصر، والجزائر، والمملكة العربية السعودية، وقد جاءت العديد من الدراسات تطبيقية.

- فعلى مستوى القائم بالاتصال، اعتمدت العديد من الدراسات الأجنبية والمصرية مثل: دراسات (2019) Fuentes & Sörum و(2020)Cho و (2019) Agag على التطبيق على المبرمجين المسؤولين عن تطوير تطبيقات الهواتف الذكية، وإدارة المواقع لمعرفة كيفية تسويق المنتجات على الإنترنت، وكذلك على ممارسي التسويق الإلكتروني في وكالات التسويق وإدارة المنظمات المختلفة. وعلى المديرين المسؤولين في 260 شركة متوسطة وصغيرة.
- وعلى مستوى الجمهور، تبين وجود تنوع في العينات التي تم التطبيق عليها، فقد طبقت بعض الدراسات على عينة من طلاب الكليات، وبعضها تم تطبيقه على المبحوثين من المستهلكين المشتركين في مجتمعات الماركات المختلفة عبر الإنترنت، وكذلك بعض العملاء ممن يمتلكون هواتف ذكية.
- أما بالنسبة للدراسات المصرية والعربية، فقد طبقت أغلبها على مستخدمي الإنترنت في العديد من الدول، كمصر والجزائر والسعودية، مع وجود تنوع في العينات ما بين العينات الاحتمالية وغير الاحتمالية على اختلاف المتغيرات الديمغرافية وبأعداد متنوعة. في حين اعتمدت دراسة عبدلي، برش (2019) على عينة طبقية متعددة المراحل قوامها 25 مبحوثاً فقط، وترى الباحثة أن عدد المبحوثين لا يتناسب مع طبيعة العينة؛ لأن ذلك قد يزيد من نسبة التحيز، خصوصاً لاعتماد الدراسة على الاستبيان كأداة كمية وليست كيفية كمجموعات النقاش المركزة. وقد اعتمدت دراسة إبراهيم (2020) على عينة عشوائية قوامها 300 مبحوث، وترى الباحثة أيضاً أن ذلك النوع من العينات لا يتناسب مع طبيعة جمهور الإنترنت، وكان من الأفضل الاعتماد على عينة عمدية لكون الدراسة طبقت على إعلانات معينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي من الضروري أن يكون الجمهور من متابعي تلك الإعلانات، وهو ما قامت به دراسة السعيد (2018)، حيث تم التطبيق على عينة عمدية قوامها 400 مبحوث من متابعي صفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- وعلى مستوى العينات التحليلية، اهتمت بعض الدراسات الأجنبية بتحليل بعض تطبيقات الهواتف الذكية لفهم آلية عملها في إطار الدراسة، وقد اهتمت دراسة Atiyeh, Chahine & Abou Ghanem (2020) بتحليل نقدي للدراسات والكتابات والمنشورات عبر موقع PubMed في إطار موضوع الدراسة.
- في حين قامت بعض الدراسات المصرية والعربية كدراسة السعيد (2018) بتحليل مضمون عينة عشوائية بسيطة لبعض الإعلانات على صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد قامت دراسة عبد الجليل (2017) بتحليل عينة عمدية من الإعلانات التجارية المقدمة على الإنترنت قوامها 20 إعلانًا بشكل كفي متعمق.

الخلاصة:

تناولنا في الجزء السابق عرضًا تحليليًا نقديًا لعينة متاحة قوامها 51 دراسة من الدراسات في مجال ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني في المدة من 2015 حتى بدايات عام 2021، وقد تبين التنوع في الموضوعات والقضايا البحثية، والأطر النظرية والمناهج المستخدمة وأدوات الدراسة والعينات، وذلك على مستوى المدارس البحثية الأجنبية المختلفة، ومن الملاحظ أيضًا وجود تطور في الدراسات المصرية والعربية، ولكن هناك حاجة لمزيد من التطوير في محاولة لسد الفجوة المعرفية في موضوع الدراسة الحالي، وهو ما يتم التركيز عليه في الجزء التالي من خلال تقديم رؤية مستقبلية للتطوير.

الرؤية المستقبلية والأجندة البحثية المقترحة لتطوير البحوث العربية في مجال

ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني

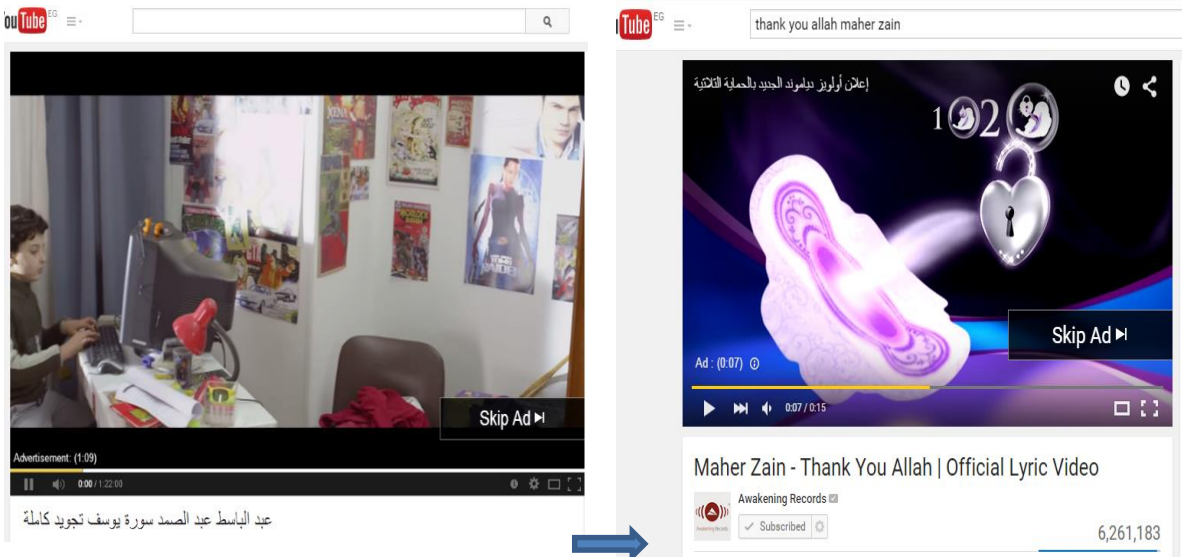
يركز الجزء التالي على تقديم رؤية مستقبلية وأجندة بحثية مقترحة في مجال ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني، وذلك على مستوى المجالات والموضوعات البحثية، والأطر النظرية والمناهج العلمية والمجتمع والعينة وأدوات جمع البيانات.

المجالات والموضوعات البحثية المقترح التركيز عليها:

- من المهم إجراء بحوث ودراسات بينية تجمع ما بين التسويق والناحية القانونية فيما يتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني في التعاقدات في إطار التجارة الإلكترونية، خصوصاً في ظل إصدار قانون رقم 151 لسنة 2020 بشأن حماية البيانات الشخصية في مصر، وفي إطار ذلك من الممكن إجراء دراسة عن حماية البيانات والخصوصية، وضوابط التعاقد الإلكتروني، وأخلاقيات وضوابط المعاملات الإلكترونية، مثل: الدفع الإلكتروني، والتوقيع الإلكتروني وذلك من الناحية التسويقية الاتصالية أيضاً في إطار الدراسات البينية.
- الاهتمام بدراسة وتحليل سياسات الاستخدام والأمان terms of use التي تتيحها مواقع الشركات المختلفة في إطار المحتويات القانونية للمواقع الإلكترونية وعلاقتها بحماية المستهلك الإلكتروني.
- دراسة اتجاهات الجمهور نحو مصداقية التسوق عبر الإنترنت، ومدى مطابقة السلع والخدمات المقدمة لما تم طلبه على أرض الواقع، وفي إطار ما سبق نحتاج لمزيد من الدراسات التي تركز على المجموعات والصفحات التي ينشئها الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية ذويهم بعيوب ومشكلات بعض المنتجات والخدمات المقدمة في إطار المصادقية.
- إجراء دراسة عن مستقبل منصات الاقتصاد التشاركي الرقمية digital sharing economy platforms، وأبعاد الخصوصية والثقة بها.
- دراسة أخلاقيات التسويق عبر تطبيقات الهواتف الذكية.
- دراسة عن أبعاد الخصوصية في تطبيقات الهواتف الذكية، ومدى وعي وإدراك الجمهور المصري لها، خصوصاً في ظل قيام بعض التطبيقات بتقديم معلومات وبيانات للمعلنين وبعض الجهات الأخرى، كما حدث في تطبيق الواتس آب وإعلانه قيامه بالاحتفاظ بالمحادثات والمعلومات والبيانات بين المستخدمين في أوائل عام 2021، والاتجاه نحو تسويق استخدام تطبيقات أخرى مثل: Signal، وتليجرام، مما يعني أن هناك حاجة لاستشراف مستقبل مدى فاعلية تلك التطبيقات بوصفها وسيلة تسويقية حديثة أيضاً.
- إجراء دراسات حديثة تلقي الضوء على الأساليب والإستراتيجيات التسويقية التي بدأ الحديث عنها في الآونة الأخيرة، والتطرق إلى الجوانب الأخلاقية فيها، كما يوضح الجزء التالي:

- التسويق الجاذب: Inbound Marketing والآليات المستخدمة لجذب الجمهور بشكل أخلاقي وليس بغرض الربح فقط .
- Marketing Trends التسويق بالاعتماد على الاتجاهات البارزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تحاول العديد من الماركات الاعتماد على تلك الإستراتيجية في محاولة لاستغلال الاتجاهات البارزة في المجتمع، والربط بينها وبين المنتج الذي تقدمه، مما يدعم إجراء دراسات عن تلك الإستراتيجية من الناحية الأخلاقية.
- Content Marketing: أي تسويق المحتوى والقيم المتضمنة عبر صفحات الماركات على مواقع التواصل الاجتماعي، بالتركيز على كيفية ربطها بالمنتج أو الخدمة بشكل أخلاقي، وذلك من خلال دراسة النص والمحتوى copywriting، وكيفية التوجه للجمهور المستهدف كل على حسب، خصوصاً في المضامين الموجهة للشباب.
- المزيد من الدراسات المستقبلية بالتركيز على التقنيات الحديثة المستخدمة في التسويق، مثل: التسويق بتقنيات الواقع المعزز Augmented Reality باعتباره من أحدث الاتجاهات التسويقية في الفترة الراهنة، ومحاولة الوقوف على أخلاقيات تنفيذه مع استشراف مستقبله في مصر بالوقوف على الفرص المتاحة والصعوبات المحتملة.
- دراسة أخلاقيات تخطيط وتنفيذ حملات الاتصال التسويقي المتكامل على شبكة الإنترنت مع التركيز على نوعية الحملات المتكاملة 360 degree campaign .
- إجراء دراسة عن أخلاقيات التعامل مع بعض تطبيقات الإعلانات والتجارة الإلكترونية، والعوامل المؤثرة في ذلك، مثل: Google AdWords و Google AdSense .
- دراسة التسويق الشبكي من الناحية الأخلاقية.
- دراسة أخلاقيات التسويق عبر مجتمعات الإنترنت online communities .
- إجراء دراسة حول أخلاقيات التسويق الفيروسي وكلمة الفم المنطوقة، خصوصاً وقت الأزمات التي تتعرض لها بعض المؤسسات والشركات.
- دراسة العوامل الفاعلة وضوابط ظهور الإعلانات عبر تطبيق اليوتيوب من الناحية الأخلاقية، فقد لاحظت الباحثة أن هناك تناقضاً في بعض الإعلانات والمحتوى المقدم في الفيديو -كما يوضح

الشكل التالي-، فلا بد من دراسات تركز على آليات تقنين ظهور الإعلانات بشكل لائق احتراماً لنوعية المضامين المقدمة على اليوتيوب.



شكل رقم (2) التناقض في المحتوى الإعلاني وموضوع الفيديو على اليوتيوب¹

- دراسة مصداقية التسويق بالمؤثرين عبر التطبيقات الحديثة، مثل: سناب شات، وتيك توك Tik Tok influencers خصوصاً بعد الانتشار الواسع للتطبيق في مصر، وظهور العديد من الشباب المؤثرين عليه في مجالات عدة.
- مزيد من التركيز على الدراسات الكيفية للوقوف على اتجاهات الجمهور نحو أخلاقيات التسويق الإلكتروني خصوصاً من الشباب، وذلك في مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، مثل: إنستجرام، وتيك توك، وتويتير، واليوتيوب.
- دراسة دوافع الشباب الذي يقوم بإنشاء صفحات ومجموعات تحمل أسماء لماركات موجودة بالفعل في إطار المسؤولية الأخلاقية، ويتم التسويق لها بشكل مضحك لجذب مزيد من المستخدمين، لدرجة أن هناك بعض المستخدمين يصدقون أنها صفحات فعلية للماركة على الرغم من تأكيد الصفحات الرسمية للماركات على كونها صفحات غير حقيقية.

- المصدر: من خلال متابعة الباحثة للعديد من إعلانات اليوتيوب في فترات مختلفة.¹

- دراسة مصداقية التسويق بالمؤثرين عبر التطبيقات الحديثة، مثل: سناب شات، وتيك توك TikTok influencers خصوصًا بعد الانتشار الواسع للتطبيق في مصر، وظهور العديد من الشباب المؤثرين عليه في مجالات عدة.
- دراسة أخلاقيات إستراتيجية التسويق بالمشاهير عبر مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، واتجاهات الجمهور نحو مصداقية تلك الاستراتيجية.
- دراسة اتجاهات القائمين بالتسويق بالشركات المختلفة نحو أخلاقيات التسويق الإلكتروني، والعوامل المؤثرة في عملهم في إطار المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.
- إجراء دراسة على الأكاديميين المتخصصين في مجال التسويق الإلكتروني بأقسام الإعلام بالكلية والمعاهد المختلفة للوقوف على مستقبل أخلاقيات التسويق الإلكتروني في مصر.
- دراسة أخلاقيات التسويق الإلكتروني للشركات المختلفة في زمن جائحة كورونا، واتجاهات الجماهير نحو مصداقية التسويق في إطار المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للشركات.
- دراسة اتجاهات المستخدمين نحو المسؤولية الأخلاقية لتطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي وقت جائحة كورونا، حيث اهتم العديد من التطبيقات بوضع معلومات وآخر مستجدات كورونا وكذلك في إطار التوعية.
- أخلاقيات التعامل مع البريد الإلكتروني وتطبيقات الهواتف الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي في إطار التربية الإعلامية.
- الاهتمام بدراسة أخلاقيات التسويق الإلكتروني الموجه لفئات معينة كالأطباء، والمهندسين، والطلاب، والمعلمين وغيرها من الفئات على اختلاف مستوياتهم الفكرية والاجتماعية.
- بالإضافة إلى دراسة أخلاقيات التسويق المتعلق بالنوع Gendered Marketing. فمن الممكن إجراء دراسة عن أخلاقيات تسويق المنتجات التي تخص الرجل والمرأة على مواقع التواصل الاجتماعي كالمنشطات الجنسية، ومراكز وعيادات التجميل، وإزالة الشعر، ونحت الجسم، والقوام والتخسيس، حيث لاحظت الباحثة -كما توضح الأشكال التالية- وجود العديد من صفحات تلك المنتجات والخدمات تستخدم الرموز والإيحاءات لتوصيل الرسالة التسويقية، وهو

ما يتطلب الوقوف على ذلك بشكل متعمق، ودراسة اتجاهات الجمهور نحو مصداقيتها وطرق التفاعل معها بشكل أخلاقي.



شكل رقم (3) استخدام الرموز والإيحاءات في التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي



- شكل رقم (4) نماذج من التسويق غير الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة²
- التركيز على دراسة سلوك الشراء الأخلاقي Ethical purchasing behavior على الإنترنت والعوامل المؤثرة فيه بالنسبة للمستهلكين في مصر.
 - دراسة العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي من الناحية الأخلاقية.
 - دراسة التسويق الخفي Stleath Marketing وآليات تقديم المنتج بشكل غير مباشر في إطار الرسالة الإعلامية أو في إطار الألعاب التسويقية (Gamefication) ، وكيفية استخدام الألعاب بشكل أخلاقي interactive business ethics games
 - التركيز على دراسة تسويق البيانات Data Marketing، وكذلك إلقاء الضوء على المدخل الأخلاقي للتكنولوجيا Technology Ethics باعتبارها من المداخل المهمة في ظل التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم.

- المصدر: من خلال متابعة الباحثة للعديد من صفحات الماركات على الفيس بوك وانستجرام في فترات 2 مختلفة.

الأطر والمداخل النظرية:

تتعدد الأطر والمداخل النظرية التي تناولت ضوابط وأخلاقيات التسويق، وترى الباحثة أن للموضوع طبيعة خاصة تتطلب وجود تطبيق فعلي للعديد من القواعد والقوانين لتحقق ضوابط وأخلاقيات التسويق، خصوصاً على الإنترنت، أكثر من وجود نظرية أو مدخل نظري في الأبحاث، ومع ذلك يمكن التركيز على النظريات والمداخل التالية:

• التوجه الأخلاقي الاجتماعي للأعمال التسويقية:

ويعد امتداداً للتوجه الاجتماعي للتسويق لكنه أحدث وأشمل، حيث يركز على المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للتسويق، وعلى سلوك القائمين على التسويق وأخلاقياتهم، ومن ثم تقوم المؤسسات بعمل توازن بين حاجات ومتطلبات مجموعات المصالح في المجتمع الذي تعمل فيه وتحقيق الربح المطلوب، في إطار ما يسمى نظرية التسويق الأخلاقي الاجتماعي، وهو ما يعني إمكانية تطبيق مبادئ ذلك التوجه والنظرية على العديد من المواقع التي تستخدمها الشركات للتوجه لمجموعات المصالح المختلفة.

• نظرية أخلاقيات الفضيلة Theory of Virtue Ethics فمن الممكن أن يتم تطبيقها

على التسويق الإلكتروني في مجال الأعمال.

• بالإضافة إلى النظريات والمداخل التي اعتمدت عليها الدراسات الأجنبية محل الدراسة، والتي يمكن التركيز عليها في الدراسات العربية المستقبلية وربطها بالتسويق الإلكتروني:

- نظرية المخاطر المتصورة The Theory of Perceived Risk (TPR)
- نظرية الالتزام بالثقة Trust Commitment Theory (TCT)
- نظرية إدارة خصوصية الاتصال Communication Privacy Management Theory (CPM)
- نظرية المعايير الاجتماعية Social Norm Theory
- نظرية العقد الاجتماعي Social Contract Theory
- نظرية ثقافة المستهلك Consumer Culture Theory

- إدراك العميل لأخلاقيات المتاجر الإلكترونية Consumers' Perceptions of online Retailing Ethics (CPORE)
- نموذج Buyers' Perception of Supplier Ethics
- نظرية التركيز التنظيمي Regulatory Focus Theory
- نموذج تقبل التكنولوجيا (TAM) Technology Acceptance Model

المناهج العلمية:

- ضرورة التركيز على المنهج الكيفي في الدراسات العربية المستقبلية للتعلم في العوامل المؤثرة في أخلاقيات وضوابط التسويق الإلكتروني، سواء على مستوى القائم بالاتصال أو الجمهور، في محاولة تفعيل سبل تطبيق ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني.
- التركيز على منهج دراسة الحالة، ومنهج التحليل النقدي في الدراسات لرصد التطور المستمر في المدارس البحثية على مستوى العالم.

مجتمع الدراسات:

- الاهتمام بإجراء دراسات على أكثر من مجتمع للمقارنة بين آليات وضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني في دول مختلفة، خصوصاً في الدول العربية.
- إجراء مزيد من البحوث على فئات مجتمعية مختلفة كالمراة، وكبار السن، والأطفال.
- إجراء دراسات تتبعية لرصد التطور في مجال ضوابط وأخلاقيات التسويق الإلكتروني على مستوى مواقع الإنترنت وصفحات الماركات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المجالات المختلفة.

عينات الدراسات:

- زيادة الاعتماد على العينات الصغيرة بشكل كفي لفهم متعمق أكثر لطبيعة اتجاهات المستخدمين نحو التسويق عبر الإنترنت من الناحية الأخلاقية، والوقوف على الأسباب والعوامل المؤثرة والمقارنة بين المواقع والتطبيقات المختلفة، كالفيس بوك وإنستجرام

وسناب شات وتيك توك، مع الوضع في الاعتبار الاتجاه نحو المواقع والتطبيقات السابقة كوسائل تسويقية.

أدوات جمع البيانات:

- التركيز على الأدوات الكيفية كأداة لجمع البيانات بشكل متعمق، مثل: المقابلات المقننة وشبه المقننة على شبكة الإنترنت، والاستبيان الإلكتروني، والملاحظة البسيطة والملاحظة بالمشاركة، والمقارنة المنهجية، ومجموعات النقاش المركزة وجهًا لوجه بالاعتماد على بعض الأدوات الكيفية المساندة لها مثل: think aloud technique وكذلك عبر شبكة الإنترنت، وذلك بالاعتماد على تطبيقات التواصل المختلفة باستخدام الفيديو، مثل: Google meet -Microsoft Teams -Zoom، وكذلك بالاعتماد على بعض تطبيقات الدردشة مثل الواتس آب، وفيس بوك ماسنجر.

وأخيرًا على مستوى الجانب التطبيقي:

- مهم عمل تدريبات عملية في أقسام وكليات الإعلام على مستوى الجمهورية أشبه بنماذج المحاكاة لتدريب الطلاب على أخلاقيات التسويق بالتركيز على التسويق الرقمي، وكيفية إيجاد الحلول للعديد من المشكلات الأخلاقية في التسويق، وعمل مسابقات وتخصيص مكافآت لحفزهم.
- إطلاق مجلات علمية محكمة تتخصص في مجال التسويق في مصر، بالتركيز على التسويق الإلكتروني وأخلاقياته.
- مهم القيام بتشجيع الجمهور على إنتاج محتوى تسويقي يلتزم بمعايير أخلاقية معينة على مستوى اللغة والشكل والمضمون، وذلك في إطار مدخل المحتوى الذي ينتجه الجمهور UGC.

مراجع الدراسة أولاً: المراجع العربية:

- إبراهيم، رمضان (2020)، اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية إعلانات البيع المباشر الـ (online) على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على نواياهم الشرائية، *مجلة البحوث الإعلامية*، القاهرة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 53، الجزء الثاني، 663-720 .
- إبراهيم، عبير (2015)، تأثيرات استخدام المعلنين لملفات تعريف الارتباط "الكوكيز" Cookies لتتبع المستهلك عبر شبكة الإنترنت على حماية الحق في الخصوصية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 53، 301-346
- الأمين، محمد (2018)، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني من الإشهار التجاري التضليلي، الجزائر، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، *الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري وآثارها على الاقتصاد الوطني والمستهلك*.
- ألبرت، أماني (2019)، إدراك الشباب لمخاطر التسوق الإلكتروني داخل المجتمعات الافتراضية الاستهلاكية وعلاقته بالسلوك الشرائي، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، (18)، 1، 359-406
- السعيد، مروى (2018)، مصداقية إعلانات المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالنوايا الشرائية لدى المستهلك المصري، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 16، 57-111.
- حسين، عدو (2018)، الحماية المدنية لرضا المستهلك في التعاقد الإلكتروني: دراسة في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري، *مجلة القانون*، الجزائر، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي أحمد زبانه بغيليزان، (7)، 1، 199-229
- حفصي، هدى، حواس، مولود، عبد الله، حمزة (2020)، طبيعة ونطاق المشكلات الأخلاقية في ممارسة الأعمال التسويقية، *المجلة العالمية للتسويق الإسلامي*، الهيئة العالمية للتسويق، (9)، 3، 31-65
- خدوج، فلاح (2017) الممارسات المنافية لأساليب العرض عن بعد ومدى الحماية للمستهلك الإلكتروني في ضوء القانون 31.08 "مجلة المنارة للدراسات القانونية والإدارية، عدد خاص، 63-76
- دكروري، منى إبراهيم، السيد، أحمد محمد، السعيد، محمد (2018) أثر أخلاقيات البيع الإلكتروني على الثقة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على عملاء مواقع التسوق الإلكتروني، *المجلة المصرية للدراسات التجارية*، المنصورة: جامعة المنصورة، (42)، 1، 214-239 .
- طويل، مريم (2019). الإشهار التضليلي الإلكتروني وتأثيره على سلوك المستهلك الإلكتروني، *مجلة الفقه القانوني والسياسي*، الجزائر، جامعة ابن خلدون تيارت، (1)، 1، 62-73
- عبد الجليل، منى (2017)، الإعلان في العصر الرقمي وعلاقته بتشكيل القيم الاجتماعية لدى المرأة العربية: دراسة كيفية، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، القاهرة، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 17، 39-89.
- عبد الحليم، بوقرين، أمبارك، صادقي (2017)، نحو حماية جنائية للمستهلك الإلكتروني، *مجلة الفكر القانوني والسياسي*، جامعة عمار ثلجي الأغواط، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 1، 8-21.
- عبد الرحيم، صباح، عبد الرحيم، وهيب (2017)، واقع تسوق المستهلك عبر شبكة الإنترنت بين الحماية والجريمة، *مجلة الاجتهاد القضائي*، الجزائر، جامعة محمد خيضر بسكرة - كلية الحقوق والعلوم السياسية، 14، 121-138
- عبد العظيم، محمد (2017)، تأثير القيم المدركة على الاتجاهات نحو الإعلان عبر البريد الإلكتروني، اختبار الدور الوسيط للاقتحام المدرك، *المجلة المصرية للدراسات التجارية*، المنصورة، جامعة المنصورة، كلية التجارة، (41)، 1، 1-45

- عبد الفتاح، ممدوح (2020) الخداع التسويقي وأثره على السلوك الشرائي التفاعلي للزبون: "تحليل آراء عينة من مستهلكي الوجبات السريعة بالمملكة العربية السعودية" مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، جامعة كفر الشيخ، كلية التجارة، (6)9، 68-129
- عبدلي، وليد، برش، بشرى (2019)، أثر الإعلانات الإلكترونية عبر موقع الفيسبوك في قيم الطلبة الجامعيين الجزائريين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باتنة1، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، الجزائر، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 17، 157-177
- عز الدين، شيماء (2018)، أساليب توظيف إستراتيجية التسويق في الوقت الفعلي في الترويج للمنتجات على مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، (17)4، أكتوبر- ديسمبر، 355-411.
- ----- (2020 أ)، أساليب التسويق المستخدمة عبر تطبيق "سناب شات" في مصر: دراسة استطلاعية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، القاهرة، جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام، 29، أبريل-يونيو، 4-54.
- ----- (2020 ب)، أساليب التسويق بالفيديو القصير: دراسة استكشافية على تطبيق «تيك توك» في مصر، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، القاهرة، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 27، أبريل-يونيو، 263-297
- غالم، عبد الله، علوش، فريد (2017)، دور الرأي العام في حماية المستهلك: إشارة لحالة عقود التسويق الإلكترونية، مجلة الحقوق والحريات، الجزائر، جامعة محمد خيضر بسكرة - كلية الحقوق والعلوم السياسية، 4، 269-278
- لدغش، سليلة (2017)، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت بين الواقع والضرورة، مجلة الحقوق والحريات، الجزائر، جامعة محمد خيضر - بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، 4، 357-378.
- ليتيم، خالد، مسكين، عبد الحفيظ (2018)، المستهلك الإلكتروني وإشكالية التسويق الشبكي للخصوصية وأمن المعلومات: دراسة حالة خدمات مواقع التواصل الاجتماعي، الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، العدد الاقتصادي (1)33، 221-233
- محمد، ذيب، جيموي، نبيلة (2017)، حماية المستهلك مديناً من مخاطر التعاقد الإلكتروني، مجلة الاجتهاد القضائي، الجزائر، جامعة محمد خيضر بسكرة - كلية الحقوق والعلوم السياسية، 14، 645-658.
- ميلود، برني، خلوط، جهاد، (أبريل 2018) "دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك الإلكتروني من الإعلانات الإلكترونية، دراسة حالة جمعية "الأمان" لحماية المستهلك بولاية بسكرة"، الجزائر، المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصرف- ميله، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية.
- نبيلة، باديس، صبرينة، لطرش، (أبريل 2018)، "التسويق الإلكتروني وآليات حماية المستهلك"، الجزائر، المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصرف- ميله، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية.
- هدى، زوزو (2017)، آليات حماية المستهلك من مخاطر التعاقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، الجزائر، جامعة محمد خيضر - بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، 4، 315-330.
- بوابة المصري اليوم (17-7-2020)، الجريدة الرسمية تنشر قانون حماية البيانات الشخصية، تم الاسترجاع من:

تاريخ الاسترجاع:

<https://www.almasryalyoum.com/news/details/1998928>

2021-1-19

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Agag, G. (2019). E-commerce ethics and its impact on buyer repurchase intentions and loyalty: An empirical study of small and medium Egyptian businesses. *Journal of Business Ethics*, 154(2), 389-410.
- Aloufi, A. (2020). The Need to Enhance Online Consumer Protection in KSA. *International Journal of Law and Political Sciences*, 14(11), 1085-1088.
- Amirtha, R., Sivakumar, V. J., & Hwang, Y. (2021). Influence of Perceived Risk Dimensions on e-Shopping Behavioural Intention among Women—A Family Life Cycle Stage Perspective. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(3), 320-355.
- Andersch, H., Arnold, C., Seemann, A. K., & Lindenmeier, J. (2019). Understanding ethical purchasing behavior: Validation of an enhanced stage model of ethical behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 48, 50-59.
- Angel, J. J., & McCabe, D. (2015). The ethics of payments: Paper, plastic, or Bitcoin? *Journal of Business Ethics*, 132(3), 603-611.
- Atiyeh, B.S., Chahine, F. & Abou Ghanem, O.(2020) Social Media and Plastic Surgery Practice Building: A Thin Line Between Efficient Marketing, Professionalism, and Ethics. *Aesthetic Plastic Surgery*
<https://doi.org/10.1007/s00266-020-01961-2>
- Bamberger, K. A., Egelman, S., Han, C., Elazari Bar On, A., & Reyes, I. (2020). Can you pay for privacy? consumer expectations and the behavior of free and paid apps. *Berkeley Technology Law Journal*, 35, 327-366
- Belwal, R., Al Shibli, R., & Belwal, S. (2020). Consumer protection and electronic commerce in the Sultanate of Oman. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*. <https://doi.org/10.1108/JICES-09-2019-0110>
- Brink, W. D., Eaton, T. V., Grenier, J. H., & Reffett, A. (2019). Deterring unethical behavior in online labor markets. *Journal of Business Ethics*, 156(1), 71-88.
- Cho, S. (2020). Business ethics in marketing communication. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(1), 1-8
- Decker, Allie, The Ultimate Guide to Storytelling, retrieved from:
<https://blog.hubspot.com/marketing/storytelling> on: 19-1-2021
- ----- , The Ultimate Guide to Marketing Trends in 2020, retrieved from:
<https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-trends> on: 19-1-2021
- Elbeltagi, I. and Agag, G. (2016), "E-retailing ethics and its impact on customer satisfaction and repurchase intention: A cultural and commitment-trust theory perspective", *Internet Research*, 26, 1, 288-310
- Fine, C., & Rush, E. (2018). “Why does all the girls have to buy pink stuff?” The ethics and science of the gendered toy marketing debate. *Journal of Business Ethics*, 149(4), 769-784.
- Fuentes, C., & Sörum, N. (2019). Ageing ethical consumers: smartphone apps and the socio-material reconfiguration of everyday life. *Consumption Markets & Culture*, 22(2), 131-156.

- Gentina, E., Chen, R., & Yang, Z. (2021) Development of theory of mind on online social networks: Evidence from Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat, *Journal of Business Research*, Vol. 124, 652-666
- Gómez-Barroso, J.L. (2021), Feel free to use my personal data: an experiment on disclosure behavior when shopping online, *Online Information Review*, <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2020-0082>
- Hajli, N. (2018). Ethical environment in the online communities by information credibility: a social media perspective. *Journal of Business Ethics*, 149(4), 799-810.
- Harviainen, J. T., Paavilainen, J., & Koskinen, E. (2020). Ayn Rand's Objectivist Ethics Applied to Video Game Business. *Journal of Business Ethics*, 167(4), 761-774.
- Heimo, O. I., Harviainen, J. T., Kimppa, K. K., & Mäkilä, T. (2018). Virtual to virtuous money: A virtue ethics perspective on video game business logic. *Journal of Business Ethics*, 153(1), 95-103.
- Jacobson, J., Gruzd, A., & Hernández-García, Á. (2020). Social media marketing: Who is watching the watchers?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53.,101774
- Jagger, S., Siala, H., & Sloan, D. (2016). It's all in the game: A 3D learning model for business ethics. *Journal of Business Ethics*, 137(2), 383-403.
- Kotler, P., Pfoertsch, W., & Sponholz, U. (2020). H2H Marketing: The Genesis of Human-to-Human Marketing. Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-59531-9>
- López Jiménez, D., Dittmar, E.C. & Vargas Portillo, J.P.(2020) Self-regulation of Sexist Digital Advertising: From Ethics to Law. *Journal of Business Ethics*, <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04471-y>
- Martin, K. (2016). Understanding privacy online: Development of a social contract approach to privacy. *Journal of Business Ethics*, 137(3), 551-569.
- Martin, K., Shilton, K. & Smith, J.,(2019) Business and the Ethical Implications of Technology: Introduction to the Symposium. *Journal of Business Ethics*, 160, 307–317
- Moraes, C., & Michaelidou, N. (2017). Introduction to the special thematic symposium on the ethics of controversial online advertising. *Journal of Business Ethics*, 141(2), 231-233.
- Nadeem, W., & Al-Imamy, S. (2020). Do ethics drive value co-creation on digital sharing economy platforms?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102095.
- Park, Y. J., & Skoric, M. (2017). Personalized ad in your Google Glass? Wearable technology, hands-off data collection, and new policy imperative. *Journal of Business Ethics*, 142(1), 71-82.
- Rasty, F., Mirghafoori, S. H., Saeida Ardekani, S., & Ajdari, P. (2020). Trust barriers to online shopping: Investigating and prioritizing trust barriers in an intuitionistic fuzzy environment. *International Journal of Consumer Studies*. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12629>

- Shilton, K., & Greene, D. (2019). Linking platforms, practices, and developer ethics: Levers for privacy discourse in mobile application development. *Journal of Business Ethics*, 155(1), 131-146.
- Song, S. Y., & Kim, Y. K. (2018). Theory of virtue ethics: do consumers' good traits predict their socially responsible consumption? *Journal of Business Ethics*, 152(4), 1159-1175
- Sorum, N. (2020). Ethical consumption applications as failed market innovations: exploring consumer (non) acceptance of 'quasi'market devices. *Journal of Cultural Economy*, 13(1), 91-113.
- Thomas Pierce, T. (2016). Encouraging Ethical Behavior in the Workplace by Way of the Classroom: Examining the Use of Social Media in Marketing Ethics Instruction to Influence Millennials 'Perception of Workplace Ethics. *Doctor of Business Administration*, USA:George Fox University.
- Thorpe, A. S., & Roper, S. (2019). The ethics of gamification in a marketing context. *Journal of Business Ethics*, 155(2), 597-609.
- Thorun, C., & Diels, J. (2020). Consumer protection technologies: an investigation into the potentials of new digital technologies for consumer policy. *Journal of Consumer Policy*, 43(1), 177-191.
- Tsao, W. C., & Mau, T. C. (2019). Ethics in social media marketing: How should sponsorship information be disclosed in online product reviews? *Aslib Journal of Information Management*. 71(2), 195-216
- Wang, L., Sakashita, M., Cheng, G., Ji, J., & Zhang, Y. (2020). The effect of regulatory focus on customer citizenship behavior in a virtual brand community: The role of online self-presentation and community identification. *Journal of Consumer Behaviour*. <https://doi.org/10.1002/cb.1888>
- Wang, X., Tajvidi, M., Lin, X., & Hajli, N. (2020). Towards an ethical and trustworthy social commerce community for brand value co-creation: A trust-commitment perspective. *Journal of Business Ethics*, 167(1), 137-152.

Abstract:

New trends in E-Marketing Controls & Ethics Researches

Dr. Shimaa Ezz El-Din Zaki Gomaa

Lecturer at Faculty of Arts, Communication & Media Department, Ain Shams University.

This study relied on the method of "Meta-Analysis" by reviewing 51 of the scientific heritage of previous research and studies from 2015 to the beginning of 2021, for critical analysis, based on an available sample in Arabic and English.

Purpose of the study:

Monitor, describe, and analyze recent trends and highlight the research problems of studies of E-marketing controls and ethics of some Arab and foreign studies across research schools. To identify scientific curricula and theoretical frameworks used in the field of E-Marketing controls and ethics studies to provide a critical view of the scientific heritage in that area. In addition to providing a vision for the future and proposing a research agenda for the development of research in the area of E-Marketing controls and ethics as an important issue in the current period.

Results:

A diversity of subjects, research issues, theoretical frameworks, methods used, study tools, and samples have been found at the level of foreign studies. It is also noted that there has been a development in Arab studies in the field, but further development is needed to bridge the knowledge gap in the current subject matter, which is highlighted in the next section by providing a future vision for development.

الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة

إعداد:

د. أسماء أحمد أبو زيد علام
الأستاذ المساعد بقسم الصحافة
كلية الإعلام- جامعة القاهرة

ملخص الدراسة:

تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التفسيرية، واعتمدت على استخدام أسلوب التحليل من المستوى الثاني "Secondary analysis"، لرصد وتحليل الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة إلى جانب توظيف أسلوب المقارنة المنهجية، وذلك بالنسبة للدراسات من عام 2010م وحتى عام 2022م. واشتملت عينة الدراسة التحليلية على (118) دراسة، من بينها (97) دراسة باللغة الإنجليزية وهو ما يمثل نسبة 82.2% من إجمالي العينة، و(21) دراسة عربية بنسبة بلغت 17.8%. ومن أبرز نتائج الدراسة، إجماع الباحثين على طبيعة وحجم التحول الناتج عن الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي على مستوى العالم، وتتعدد مجالات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي لتشمل: تقنيات الدردشة الآلية "المساعد الافتراضي"، والتوصيات الآلية عبر شبكات البث الرقمي، والمذيع الآلي، وتحليل البيانات الضخمة، وطائرات التصوير بدون طيار، وصحافة الروبوت، والتعامل مع الأخبار المزيفة، والطباعة ثلاثية.

وأكدت نتائج الدراسة أن هناك العديد من التحديات التي تواجه الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي تنقسم إلى تحديات داخلية وأخرى خارجية، وبالنسبة للتحديات الداخلية أوضحت الدراسات أن أهم التحديات التي تواجه الصحافة الآلية تتمثل في: نقص الخبرة والمهارات اللازمة لإنتاج محتوى آلي، وكذلك ما يتعلق بالتعاون بين الإدارات والأقسام المختلفة داخل المؤسسات الصحفية أو مع المحترفين مثل المبرمجين، فهذا التعاون المنتظم غير متاح في كل المؤسسات الصحفية، وبالتالي تعتمد بعض المؤسسات على الأدوات والتقنيات العامة والتي تعد محدودة في إمكاناتها، وكذلك عدم الاهتمام من قبل المؤسسات الصحفية بالاستثمار في الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي. أما التحديات الخارجية فتتمثل في: إعادة توجيه المعايير والقيم المهنية الحالية للصحفيين، كما يمثل عدم توافق البنية التحتية الرقمية الحالية مع أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي عقبة أخرى في غرف الأخبار، وأكدت الدراسات ضرورة تحديد دور وممارسات الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في إطار السياق العام للدولة؛ لفهم العوائق والمشكلات التي تواجهها.

الكلمات المفتاحية: صحافة الذكاء الاصطناعي- صحافة الروبوت- الصحافة الآلية - الخوارزميات الصحفية- الثورة الصناعية الرابعة في الإعلام- الأتمتة الصحفية.

مقدمة:

تقدم الذكاء الاصطناعي في السنوات الأخيرة بوتيرة متسارعة، فبمقدوره الانتقال عبر كميات ضخمة من البيانات من مصادر متنوعة، وترجمة هذه البيانات لتنفيذ العديد من المهام عبر الأنظمة التي تحاكي الذكاء البشري لأداء المهام، والتي يمكنها أن تحسن من نفسها استناداً إلى البيانات التي تجمعها.

وانعكست تأثيرات التكنولوجيا الرقمية والأتمتة وكل ما له علاقة بمخرجات الذكاء الاصطناعي على المؤسسات الصحفية، وشكلت مفاهيم جديدة في هذا المجال، وظهرت آليات جديدة يقدم من خلالها المحتوى الصحفي.

وتقود تقنيات الذكاء الاصطناعي جملة التحولات في بنية المؤسسات الصحفية وطرق عملها، وعمليات إنتاجها، والمسئوليات المنوطة بعناصرها والأدوار التي يمكن القيام بها، إضافة إلى تأثيرها على اللغة الصحفية، وتأثيراتها على وظائف الصحفيين والأدوار المنوط بهم أدائها.

لذا فإن مستقبل المؤسسات الصحفية سوف يعتمد على عمل الصحفيين جنباً إلى جنب مع الآلات الذكية، وهو ما يتطلب من المؤسسات الصحفية الاستعانة بعلماء اللسانيات والبرمجيات ومطوري التطبيقات الذكية (Lee & Hamilton, 2022).

وتعود بدايات توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة الصحافة والإعلام الي عام 2010م حين طوّرت شركة "Narrative Science" برنامجاً يستطيع كتابة التقارير الصحفية، واستخدمته عدة وسائل إعلامية، وبعدها تم توظيف أنظمة الذكاء الاصطناعي في مؤسسات صحفية كثيرة أبرزها: الـ BBC، ووكالة الاسوشيتدبرس، ووكالة الأنباء النرويجية، وجريدة نيويورك تايمز، ووكالة رويترز، وغيرها.

وفي صناعة الصحافة يمكن توظيف أنظمة الذكاء الاصطناعي من خلال: جمع المعلومات والكتابة الآلية للأخبار وتوزيعها، والتحقق التلقائي من المعلومات ومواجهة الأخبار الزائفة، وتتم أحد أبرز استخدامات الذكاء الاصطناعي من خلال توظيف برمجيات تحويل الصوت ولقطات الفيديو لموضوعات صحفية، كما تعمل أنظمة الذكاء الاصطناعي علي رواية القصص الإخبارية باستخدام شخصيات افتراضية قادرة علي التفاعلات المتقدمة مع البشر، ويمكن التقدم المحرز في الذكاء الاصطناعي من توظيف روبوتات الدردشة Chat bots للتفاعل والمشاركة.

إلا إنه بجانب هذه الميزات يفرض الذكاء الاصطناعي العديد من التحديات على المؤسسات الصحفية، فعلى مستوى التطبيق، يتعرض المحتوى المعد بوساطة الخوارزميات للتشكيك في مصداقيته، فضلاً عن قصر ومحدودية المحتوى الآلي، ولكن لن يظل هذا التحدي قائماً إلى وقت طويل في ظل تسارع وتيرة تطور القدرات اللغوية للذكاء الاصطناعي، والذي تشهده برمجيات التنبؤ اللغوي (GPT-3) والتي طورتها مؤسسة (Open AI)، وهي برمجية تمتلك ١٧٠ مليار متغير، مما يعني إمكانية غير محدودة في توليد نصوص ذات جودة لغوية عالية (Georgieff & Hye, 2021).

وعلى المستوى التقني، هناك أبعاد عديدة، منها: أولاً: توفر البيانات، حيث يعمل التعلم الآلي بشكل أفضل عندما تتوفر بيانات كافية، في حين يمكن للبشر أن يستنبطوا الاستجابات المثلى

من خلال عدد قليل من التجارب المماثلة. ثانيا: صعوبة فهم البيانات غير المنظمة. ثالثا: قلة الوعي الذاتي، فلا تستطيع أنظمة الذكاء الاصطناعي شرح مخرجاتها. رابعا: التحقق من الأصالة، فلا يمكن لأنظمة الذكاء الاصطناعي التمييز بين ما إذا كانت المدخلات التي تلقاها دقيقة أو غير دقيقة.

أما على مستوى التحديات القانونية والأخلاقية فلا بد من إعادة تعريف حقوق النشر، وضمان مساءلة الشركات المسؤولة عن تطوير تقنيات الذكاء الاصطناعي من الناحية القانونية، حيث سيؤدي الذكاء الاصطناعي إلى تقاوم القوة غير المتكافئة، فأكبر المؤسسات الصحفية تبني الذكاء الاصطناعي الخاص بها، ولكن قد لا تملك المؤسسات الصحفية الأصغر قدرة مالية أو خبرة تقنية، والتحدي هنا هو اختيار الشراء بدلا من البناء (Maswadi, 2020).

مشكلة الدراسة: أدت الإمكانيات والتحديات الخاصة بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي من قبل المؤسسات الصحفية لتزايد الاهتمام بالجانب البحثي والأكاديمي بهذا المجال وأبعاده المختلفة سواء المحتوى الصحفي المقدم أو القراء أو الصحفيين، ومن ثم تتبلور مشكلة الدراسة

في تقديم رؤية تحليلية نقدية من خلال رصد وتحليل الاتجاهات الحديثة في مجال بحوث استخدام الصحافة لتقنيات الذكاء الاصطناعي على مستوى الدراسات الأجنبية والعربية في الفترة من 2010م وحتى 2022م، مما يمثل خطوة نحو إمكانية عقد المقارنات والانطلاق لرؤية بحثية أكثر عمقا، بما يفيد في الكشف عن الكيفية التي تطور بها تلك البحوث وتحليلها تحليلا نقديا، الأمر الذي يساهم في تحديد نقاط القوة والضعف خلال تلك الفترة.

أهداف الدراسة وتسؤالاتها:

- تسعى استخدامات الذكاء لدراسات نقدية رؤية هدف رئيس، هو: تقديم الدراسة لتحقيق النظرية والمنهجية والأطر البحثية والمجالات الموضوعات الاصطناعي في الصحافة وفق منذ خلال الفترة العالم مستوى على البحثية المدارس مختلف إليها في توصلت التي والنتائج بدايات توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة الصحافة والإعلام في العام 2010م وحتى 2022م، وذلك من خلال الإجابة على التسؤالات التالية:
- ما الموضوعات والإشكاليات البحثية التي اهتمت بها الأبحاث العربية والأجنبية عند تناول استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة؟
 - ما الأطر النظرية التي وظفتها دراسات استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة في كل من البحوث الأجنبية والعربية؟
 - ما الأطر المنهجية المستخدمة في بحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة؟
 - كيف درست استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة في البحوث الأجنبية والعربية، وما أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الأبحاث؟
 - كيف يمكن توصيف الفجوة بين البحوث العربية والأجنبية في دراسة استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة؟

منهجية الدراسة: نوع الدراسة:

ينتمي العرض التحليلي النقدي للدراسات المتعلقة باستخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، وتعتمد الدراسة على استخدام أسلوب التحليل من المستوى

- الثاني "Secondary analysis" ، وهو أحد أهم الأساليب البحثية المستخدمة في تحليل المصادر الثانوية كالدراسات والبحوث والأدبيات، لرصد وتحليل الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة إلى جانب توظيف أسلوب المقارنة المنهجية، وذلك بالنسبة للدراسات من عام 2010م وحتى عام 2022م.
- مجتمع وعينة الدراسة:** يتحدد مجتمع الدراسة في: البحوث التي تناولت استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة بأبعادها المختلفة، وبالنسبة لعينة الدراسة قامت الباحثة بعملية تصنيف وتحليل للدراسات والبحوث باللغتين: العربية والإنجليزية، ذات الصلة بموضوع استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة بمختلف دول العالم التي استطاعت الباحثة الحصول عليها من خلال المسح الشامل للمكتبتين: العربية والإنجليزية سواء من خلال المكتبات التقليدية، أو من خلال قواعد البيانات والمعلومات المتاحة عبر شبكة الإنترنت، باستثناء الكتب ورسائل الماجستير، خلال الفترة الزمنية من عام 2010م وحتى عام 2022م، حيث شهد عام 2010م بداية توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة الصحافة.
- واعتمدت الباحثة على إجراء حصر شامل للبحوث المصرية المتعلقة باستخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة بأبعادها المختلفة، على النحو التالي:
- 1- رسائل الدكتوراة التي تم إجازتها في مجال استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة في كلية الإعلام جامعة القاهرة، وكلية الإعلام جامعة الأزهر، وقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة عين شمس.
 - 2- مسح عدد من الدوريات العلمية المتخصصة والمُحكَّمة، وهي:
 - المجالات العلمية التي تصدرها كلية الإعلام جامعة القاهرة، وهي: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، والمجلة المصرية لبحوث الرأي العام، والمجلة العلمية لبحوث الصحافة.
 - مجلة البحوث الإعلامية ، التي تصدرها كلية الإعلام جامعة الأزهر.
 - واستفادت الباحثة في جمع المادة العلمية الخاصة بالبحوث والدراسات المصرية من كل من: المكتبة المركزية بجامعة القاهرة، ومكتبة كلية الإعلام بجامعة القاهرة، والمكتبة المركزية بجامعة عين شمس، والمكتبة المركزية بجامعة الأزهر.
 - كما اعتمدت الباحثة على عينة متاحة من البحوث العربية والأجنبية المتعلقة باستخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، على النحو التالي:
 - المكتبة الرقمية الخاصة بـ "بنك المعرفة المصري" (Egyptian Knowledge Bank: www.ekb.eg)، الذي يضم نصوصا كاملة من البحوث والدراسات الأجنبية، وذلك للوصول إلى النصوص الكاملة للدوريات التالية: (Digital Journalism)، و (AI Journalism)، و (Report Journalism Practice)، و (Future Internet)، و (Computers in Human Behavior)، و (AI Information)، و (Management of Wireless Communications & Mobile Computing)، و (International Journal of Media Critiques)، و (Journal of Media Critiques)، و (Robotics & Machine Learning)، و (New Media Technologies)، و (Wireless Communications & Mobile Computing)، و (Forecasting and Social Change Journal Mass Media and)

(Communications)، و (Media and Communication)، و (Global Media) ، و (Journal The International)، و (Sage Open)، و (Journalism)، و (Communication Gazette)، و (Quarterly)، و (communication research)، و (Mass Communication and)، و (Society)، و (Journal of Media Practice).
 - بالإضافة إلى النصوص الكاملة لرسائل الدكتوراه المنشورة على موقع "ProQuest"، والمكتبة الرقمية الخاصة بـ "دار المنظومة"، و "Emerald"، و "Sage Publications"، وبعض الروابط الإلكترونية التي تحتوي بحوثاً ودراسات أجنبية في مجال الصحافة والإعلام، منها: (www.scholar.google.com.eg)، وموقع (ResearchGate: www.researchgate.net).

التعريفات الإجرائية للدراسة:

- **الذكاء الاصطناعي:** يشير الذكاء الاصطناعي في هذه الدراسة إلى قدرة الآلة على القيام بالمهام التي تحتاج إلى الذكاء البشري عند أدائها، مثل التفكير والتفهم والاستنتاج المنطقي والقدرة على التعليل، والسمع والتكلم والحركة بأسلوب منظم ومنطقي.
- **صحافة الذكاء الاصطناعي:** تعني في هذه الدراسة توظيف المؤسسات الصحفية للتقنيات والابتكارات التي أسفرت عنها الثورة الصناعية الرابعة، مثل تقنية التصوير ثلاثية الأبعاد عالية الدقة، والانترنت فائق السرعة، وانترنت الأشياء، والروبوتات، والواقع المعزز والافتراضي، والخوارزميات، وغيرها لإنتاج المحتوى الصحفي.
- **صحافة الروبوت "الصحافة الآلية":** إحدى مفردات صحافة الذكاء الاصطناعي، وتستهدف الوجود البشري في العمل الصحفي والحلول محله، على الأقل ضمن الوظائف التالية: التنقيب عن البيانات، وإدارة التعليقات على المحتوى المنشور، واختيار الموضوعات، وكتابة الأخبار الصحفية ذات المعلومات المحددة سلفاً كأخبار الرياضة والمال والاقتصاد؛ بينما الأخبار الإنسانية والقصص تكون نسبة إتقانه لها أقل كونها تحتاج إلى عمليات استكشاف وتقصي يختص بها العقل البشري.
- **الخوارزميات الصحفية:** يتم تشغيلها بواسطة الذكاء الاصطناعي من أجل تحويل البيانات تلقائياً إلى قصص إخبارية متنوعة وصور ومقاطع فيديو يتم توزيعها عبر منصات الصحافة الآلية، فهي قادرة على إنشاء عدد غير محدود من القصص الإخبارية حول موضوع محدد بتكلفة قليلة، وفي وقت أسرع بكثير من الوقت الذي يستغرقه المحررون، كما أنها تتميز بالدقة، وتنفاذي الأخطاء اللغوية التي يقع فيها البشر.
- **الأتمتة الصحفية:** تعرفها الباحثة في سياق الدراسة بأنها استعمال الأدوات التقنية للقيام بالمهام الصحفية الروتينية الطويلة التكرارية التي لا تحتاج تفكيراً أو اتخاذ قرارات معينة، من خلال تفكيك المبادئ الأساسية للصحافة، وتقسيم العمل الصحفي إلى: صناعة المعلومات الفعلية، والعمليات الدقيقة الهادفة للوصول إلى المصادر المفتوحة

للمعلومات؛ أي تقسيم العمل بين الصحفيين وتطبيقات الذكاء الاصطناعي وصولاً إلى صحافة أكثر فعالية في تقديم المعرفة في عصر يتسم بالإغراق المعلوماتي.

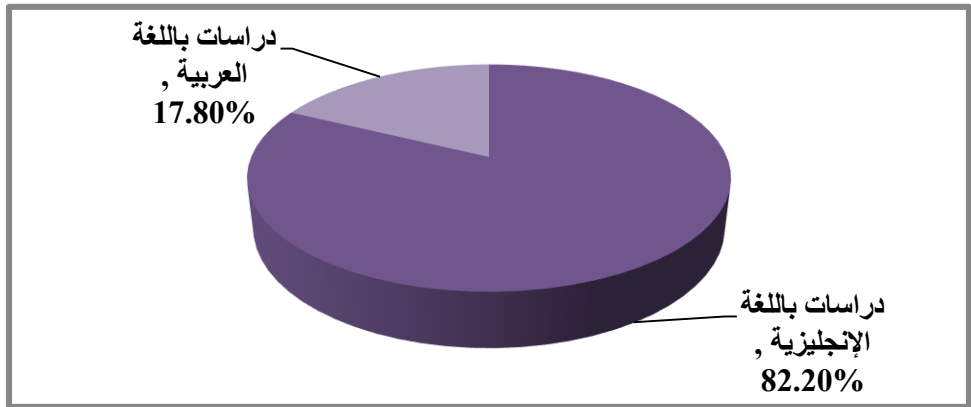
- **الثورة الصناعية الرابعة:** تشير في هذه الدراسة إلى أتمتة الآلات الفردية؛ حيث تجمع الثورة الصناعية الرابعة بين التحول الرقمي الشامل لكافة الأصول المادية والتكامل في المنظومة الرقمية مع الشركاء في سلسلة القيمة، مما يعزز توليد وتحليل وإيصال البيانات بسلاسة.

ثانياً: نتائج الدراسة:

المحور الأول: خصائص وسمات عينة الدراسات الخاصة باستخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

تناقش الباحثة من خلال هذا المحور عدة فئات تميز البحوث الخاصة باستخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة محل الدراسة، ومنها: لغة النشر سواء اللغة العربية أو الإنجليزية، وأسلوب النشر سواء رسائل الدكتوراة أو الدوريات العلمية المحكمة أو البحوث المنشورة من استخدامات الذكاء بحوث في بالبحث القائمين خلال المؤتمرات العلمية، بالإضافة إلى فئة عدد الاصطناعي في الصحافة، وأخيراً فئة سنوات نشر الأبحاث، وذلك على النحو التالي:

أولاً: فئة لغة النشر: يكشف الرسم البياني التالي عن ارتفاع نسبة الدراسات باللغة الإنجليزية عن الدراسات باللغة العربية على النحو الآتي:



رسم بياني (1) توزيع عينة الدراسة حسب لغة النشر

بلغ للتحليل خضعت التي يتضح من الرسم البياني أن إجمالي عدد الدراسات والبحوث ويبرز هنا تفوق الدراسات الإنجليزية عن الدراسات العربية فيما يتعلق دراسة، (118) باللغة الإنجليزية وهو ما بتوظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة الصحافة فهناك (97) دراسة و (21) دراسة عربية بنسبة بلغت 17.8%. يمثل نسبة 82.2% من إجمالي العينة،

لقلة هذا ويرجع المجال، هذا الدراسات في قلة من العربية المدرسة وبصفة عامة تعاني
توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة العربية، وهو ما يمكن تفسيره بالقول: أن الصحف
العربية لم تأخذ طريقها الصحيح نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بعد كما في الصحف
العالمية؛ حيث تقف المشكلات المادية والعناصر البشرية غير المدربة عائقاً أمامها، بالإضافة
إلى الخصوصية السياسية والاجتماعية والإدارية التي تخلق عقبات جمة في طريق تطور
الصحافة العربية، فما زالت الصحافة العربية في حاجة شديدة لتوظيف تقنيات الثورة الصناعية
الرابعة، لتعزيز دورها وصولاً للجمهور المستهدف بأقل تكلفة وبصورة أكثر فاعلية.
ثانياً: فئة أسلوب النشر: يشير الجدول التالي إلى أن أغلب أسلوب نشر البحوث عينة
الدراسة هو النشر في دورية علمية محكمة.

جدول (1) توزيع عينة الدراسة حسب أسلوب نشرها

الإجمالي		لغة الأبحاث				أسلوب نشر البحث
		أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية		
%	ك	%	ك	%	ك	
72.9	86	70.1	68	85.7	18	بحث منشور في دورية محكمة
11.1	13	12.4	12	4.8	1	بحث منشور في مؤتمر علمي
16.1	19	17.5	17	9.5	2	رسالة دكتوراة
100	118	100	97	100	21	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن النشر في دورية علمية محكمة هو السمة الغالبة لأسلوب نشر
البحوث التي تناولت استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة بنسبة بلغت 72.9%، يليها
بفارق كبير رسائل الدكتوراة بنسبة بلغت 16%، ثم النشر في المؤتمرات العلمية بواقع 11%.

استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة: بحوث في البحوث القائمين ثالثاً: فئة عدد

هو الدراسة عينة للأبحاث العام الاتجاه أن إلى التحليلية الدراسة الدراسة: خلصت عينة
المشتركة الأبحاث الثانية المرتبة في يليه الدراسة، وتنفيذ في إعداد واحد باحث على الاعتماد
فأكثر، كما أفراد ثلاثة من يتكون بحثي فريق بوجود الأجنبية الأبحاث وانفردت باحثين، بين
التالي: الجدول بيانات من يتضح

جدول (2) توزيع الأبحاث عينة الدراسة وفق عدد القائمين بالبحث

الإجمالي		لغة الأبحاث				عدد القائمين بالبحث
		أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية		
%	ك	%	ك	%	ك	
59.32	70	52.58	51	90.48	19	باحث واحد
26.27	31	29.99	29	9.52	2	باحثان
14.41	17	17.53	17	-	-	ثلاثة فأكثر
100	118	100	97	100	21	الإجمالي

الأبحاث في خاصة الجماعية بالبحوث مقارنة الأولى المرتبة في الفردية لاتزال البحوث استخدامات بدراسة اهتمت التي الأبحاث من 90.5% نسبة تبلغ حيث باللغة العربية، المنشورة باللغة المنشورة الجماعية الأبحاث نسبة بينما كانت الذكاء الاصطناعي في الصحافة، الإنجليزية 30% باحثان، و17.5% ثلاثة باحثين فأكثر.

والرؤية التحليل في بالعمق وتتسم متعددة أبعادا تعطي الجماعية البحوث أن الباحثة وتري بينما البحث؛ على القائمين الباحثين بين للنقاشات العلمية منطقية كنتيجة التي تأتي النقدية الأمر والوقت، الموارد محدودية ضوء في الباحث على أنها تنقل مساوئها من الفردية الأبحاث الموضوعات والمنهجيات ومستويات التحليل الأقل استهلاكاً لتفضيل بالباحثين يؤدي الذي جانب على تركز للوقت، وبهذا تعطي معالجات بحثية سطحية أو معالجات بحثية غير مكتملة المشكلة. من واحد

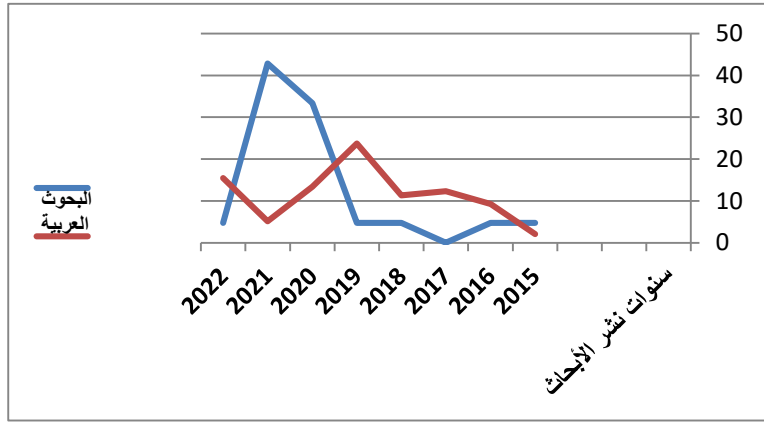
بداية بحوث استخدامات الذكاء من الأولى رابعاً: فئة سنوات نشر الأبحاث: واكبت الموجة الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة تبنت عام 2010م؛ حيث الاصطناعي في الصحافة المتحدة هذه البحوث، كما يشير الجدول التالي:

جدول (3)

الدراسة بداية بحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة عينة

الإجمالي	لغة الأبحاث		سنوات نشر الأبحاث
	أبحاث باللغة الإنجليزية	أبحاث باللغة العربية	
ك	ك	ك	
1	1	-	2010
-	-	-	2011
1	1	-	2012
1	1	-	2013
7	4	--	2014
7	7	-	الأجمالي

يتضح من الجدول السابق أن إجمالي نسبة البحوث في الفترة من 2010م حتى نهاية 2014م بلغت 5.93% فقط من إجمالي البحوث، وجميعها بحوث أجنبية. الأجنب الباحثين قبل من بحثياً متزايداً اهتماماً الأخيرة الخمس السنوات في حين شهدت 2015م، كما يتضح من عام بعد جميعها الدراسات العربية جاءت فقد بهذا المجال، والعرب خلال الرسم البياني التالي:



رسم بياني (2) الانطلاقة الفعلية لنشر أبحاث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة
 يشير الرسم البياني السابق إلى أنه مع التصاعد الزمني يتزايد عدد البحوث التي ركزت على استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة؛ حيث شهد عام 2019م ذروة عدد البحوث بنسبة بلغت 20.34%، ثم عام 2020م بنسبة بلغت 16.95%، وفي المرتبة الثالثة عام 2022م بنسبة بلغت 13.56%.

وعلى مستوى البحوث باللغة العربية، يأتي في المستوى الأول عام 2021م بنسبة بلغت 42.86%، ثم عام 2020م بنسبة بلغت 33.33%، وفي المستوى الثالث باقي الأعوام بنسب متساوية بلغت 4.76%.
 أما البحوث باللغة الإنجليزية، يأتي في المستوى الأول عام 2019م بنسبة بلغت 23.71%، ثم عام 2022م بنسبة بلغت 15.46%، وفي المستوى الثالث عام 2020م بنسبة بلغت 13.40%.

المحور الثاني: الإشكاليات البحثية وأبرز النتائج المتعلقة ببحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة عينة الدراسة:

تتناقش الباحثة من خلال هذا المحور تصنيف الدراسات الخاصة باستخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة وفق الإشكاليات البحثية، كما تستعرض أبرز نتائج دراسات الخاصة بكل اتجاه، بالإضافة إلى التعليق على البحوث بكافة الاتجاهات محل الدراسة من حيث: الأطر النظرية، والمنهجية والإجرائية، وأبرز النتائج على صعيد كل اتجاه، وذلك على النحو التالي: صنفت الباحثة الدراسات الخاصة باستخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة وفق الإشكاليات البحثية إلى أربعة اتجاهات بحثية رئيسية، على النحو التالي:

جدول (4) توزيع الدراسات عينة العرض التحليلي النقدي وفق الإشكاليات البحثية

الاتجاهات البحثية	الإشكاليات البحثية التي تم تناولها	أبحاث باللغة العربية		أبحاث باللغة الإنجليزية		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
الأول	إنتاج المحتوى الصحفي في الاصطناعي الذكاء توظيف	5	23.9	36	37.1	41	35.1
الثاني	الصحفيين على الاصطناعي الذكاء أنظمة استخدام تأثير وأدوارهم	7	33.3	27	27.84	34	28.82
الثالث	رؤية القارئ للمحتوى الصحفي المنتج بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى التقليدي	2	9.5	15	15.46	17	14.41
الرابع	في الاصطناعي الذكاء التحديات التي يواجهها توظيف الصحافة والسيناريوهات المستقبلية المتوقعة	7	33.3	19	19.59	26	22.03
الإجمالي		21	100	97	100	118	100

يشير الجدول السابق إلى تنوع الاتجاهات البحثية لدراسات استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة خلال الفترة من 2010م إلى 2022م، وتصدرت قائمة الاهتمامات الدراسات التي تناولت توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي بنسبة بلغت 35%، يليها الدراسات التي ناقشت تأثير استخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي على الصحفيين وأدوارهم بنسبة بلغت 28.8%، ثم الدراسات التي اهتمت بالتحديات التي يواجهها توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة والسيناريوهات المستقبلية المتوقعة بنسبة بلغت 22%، وأخيرا الدراسات التي أبرزت رؤية القارئ للمحتوى الصحفي المنتج بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى التقليدي بنسبة بلغت 14.4%.

وبالتالي هناك ندرة في عدد الدراسات التي ناقشت رؤية القارئ للمحتوى الصحفي المنتج بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى التقليدي، بالرغم من أن القارئ هو المستهدف الرئيس من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة؛ لذا ينبغي الاهتمام بدراسة تأثير ادراكه واتجاهاته نحو الموضوعات الصحفية المدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي كليا أو جزئيا مقارنة بالمحتوى التقليدي.

وعلى مستوى الدراسات باللغة العربية تصدر تأثير استخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي على الصحفيين وأدوارهم، وكذلك التحديات التي يواجهها توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة والسيناريوهات المستقبلية المتوقعة الإشكاليات البحثية التي تم تناولها بنسبة بلغت تقريبا 33.3% يليهما على التوالي توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي، ثم رؤية القارئ للمحتوى الصحفي المنتج بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى التقليدي بواقع 23.9% و9.5%.

أما على مستوى الدراسات باللغة الإنجليزية تصدر توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي، وأيضا تأثير استخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي على الصحفيين وأدوارهم الإشكاليات البحثية التي تم تناولها بنسبة بلغت 37.1%، و27.8%، يليهما التحديات التي

يواجهها توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة والسيناريوهات المستقبلية بنسبة بلغت 19.6%

، ثم رؤية القارئ للمحتوى الصحفي الآلي مقارنة بالمحتوى التقليدي بنسبة بلغت 15.5%
وتتناول الباحثة الاتجاهات البحثية الأربعة على النحو التالي:

الاتجاه الأول: الدراسات التي تناولت توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي، وتنقسم دراسات هذا الاتجاه إلى: دراسات اهتمت بعرض مميزات وعيوب تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي، وأخرى ناقشت محتوى وتكنيك كتابة الموضوعات الصحفية المدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك على النحو التالي

في إنتاج المحتوى الصحفي الاصطناعي الذكاء جدول (5) الموضوعات البحثية لدراسات توظيف

الإجمالي		لغة الأبحاث				الذكاء توظيف الموضوعات البحثية للدراسات التي تناولت في إنتاج المحتوى الصحفي الاصطناعي
		أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية		
%	ك	%	ك	%	ك	
51.22	21	44.4	16	100	5	تطبيقات الذكاء مميزات وعيوب بعض دراسات اهتمت الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي
48.78	20	55.6	20	-	-	الموضوعات الصحفية كتابة وتكنيك بمحتوى دراسات خاصة المدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي
100	41	100	36	100	5	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق تركيز دراسات الاتجاه الأول على عرض مميزات وعيوب تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي بنسبة بلغت 51%، وفي المرتبة الثانية محتوى وتكنيك كتابة الموضوعات الصحفية المدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة بلغت 48.8%، كما انها اقتصرت فقط على الدراسات الأجنبية، في حين لم تتناوله الدراسات العربية.

وترجع الباحثة ذلك إلى أن: الصحف العربية غالبا ما تقوم بشراء تطبيقات الذكاء الاصطناعي عوضا عن بناء تقنيات الذكاء الاصطناعي الخاصة بها، وهو ما يؤدي إلى رتابة ونمطية الموضوعات الصحفية المنتجة؛ لاختلاف التطبيقات المشتراة عن السياق الثقافي العربي؛ خاصة فيما يتعلق باللغة العربية، وبالنسبة لأبرز نتائج دراسات الاتجاه الأول فهي **كالتالي:**

أ- الدراسات التي اهتمت بعرض مميزات وعيوب تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي:

كشفت دراسة (Affelt, 2022)، ودراسة (Stray, 2019) أن أهم ميزة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الاستقصائية هي المساعدة في استخراج البيانات من آلاف السجلات، والتي تحتاج إلى تنظيم وفحص يتطلبان وقتاً وجهداً كبيرين.

وألقت دراسة (Niarchos et al., 2022)، ودراسة (عبد المهدي، ٢٠٢٢) و(عبد المهدي، ٢٠٢١)، ودراسة (Andreas et al., 2017) الضوء على أهمية استخدام كاميرا

"Drone" في العديد من الأغراض الصحفية ودورها في توسيع وتحسين استخدام شهادات شهود العيان، وبخاصة في المناطق التي تكون فيها التغطية البشرية مستحيلة أو خطيرة للغاية. وأشارت نتائج دراسة (Trninić et al., 2022)، ودراسة (Shaina & Chen, 2022) إلى أن: الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل كبير في العمل الصحفي، خاصة فيما يتعلق ب: جمع وتحرير المعلومات والبيانات الذي يحدث إلكترونيا دون التدخل المباشر من قبل المحررين، مما وفر الكثير من الوقت والجهد اللازم في العمل الصحفي. وكذلك التحقق من الإشاعات والأخبار الكاذبة التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى تطوير أشكال جديدة من عرض القصص الخبرية في صورة تشبه الأفلام ثلاثية الأبعاد تجعل المستخدم يعيش تجربة الخبر كأنها واقع أمامه.

وأكدت دراسة (Paschen, 2021) أنه من خلال صحافة الروبوت وقدرتها على تحديد الأطر العاطفية بالموضوعات الصحفية يمكن التعرف على حقيقة أو زيف هذه الموضوعات، فعناوين ومتمن الموضوعات المزيفة أكثر سلبية من الموضوعات الحقيقية.

وسلّطت دراسة (الداغر، ٢٠٢١) الضوء على أهمية توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، من خلال تحليل البيانات وتطوير أساليب المعالجة وتنوعها، مما يقلل من جهد الصحفيين في التغطية الحية والتوجه نحو الإبداع وتطوير المحتوى.

وهو ما أكدته دراسة (Jones, 2020)، ودراسة (Heng, 2018)، وأيضاً دراسة (Abozinadah, 2017) فباستخدام الذكاء الاصطناعي وتحليل قواعد البيانات المعقدة يمكن رفع كفاءة أمن المعلومات لكشف الحسابات المخادعة في مواقع التواصل الاجتماعي، بما في ذلك المحتوى باللغة العربية، والتي تعد من أعقد اللغات التي لم يتم تحليلها بشكل كامل، كما أنها تعتبر ثغرة أمنية يساء استخدامها.

وأوضحت دراسة (Susan, 2020) أن برامج الذكاء الاصطناعي التي يتم الاستعانة بها في العمل الصحفي تعتمد على لغة اللوغاريتمات، مما ساهم في تحليل الموضوعات الصحفية التي تناولت المرشحات الإناث بإيرلندا، والتي جاءت متحيزة ضدهن، كما أشارت الدراسة إلى أن نسبة الاقتباسات تم استخدامها من قبل برنامج Machine Learning ساهمت في حدوث التحيزات السلبية نحو المرشحين الإناث مقابل نظرائهن من الرجال.

وأبرزت دراسة (Veglis & Theodora, 2019) أن برامج المحادثة التلقائية "chatbot" قادرة على الاستجابة للرسائل النصية والصوتية، وتحاول هذه البرامج محاكاة استجابات الإنسان لتحقيق التفاعل الفوري بين المصادر والمستخدمين.

وأشارت نتائج دراسة (Series, 2019) إلى أن التطبيقات الذكية ساعدت على زيادة الإنتاجية الصحفية والكفاءة والفرص الإبداعية، ونقل المعلومات بسرعة ودقة وتلقائية، وتحسين سير العمل وإنشاء المحتوى الآلي وربطه بالأرشيف، إلى جانب خاصية البحث التلقائي في كميات هائلة من البيانات.

وطرحت دراسة (Feyyaz, 2019) وجهتي النظر فيما يتعلق بدور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، حيث يساهم الذكاء الاصطناعي في إنتاج كمّاً كبيراً من الأخبار بطريقة أسرع وفاعلية أكبر وتكلفة أقل. وأشارت الدراسة إلى أن من المهام التي يمكن أن يقوم

بها الروبوت: جمع الأخبار والقصص الصحفية وإرسالها للقراء إلكترونياً، وتصنيف البيانات الضخمة وفقاً للخصائص المختلفة، بالإضافة إلى إنتاج الأخبار والمقالات والتقاط الصور أثناء تغطية الأحداث الهامة؛ وذلك باستخدام روبوت ثلاثي الأبعاد يمكنه الاختلاط بين المواطنين، إلا أن هناك احتمالية تضليل القراء بسبب الأخطاء الفنية الناتجة عن إنتاج الأخبار آلياً. في حين ذكرت دراسة (Alexander, 2017) أن وكالات الأنباء العالمية اهتمت بإدخال برامج كتابة الأخبار آلياً إلى عُرف الأخبار لتحقيق عدداً من الأهداف، منها: السرعة في إنتاج الأخبار، وتقليل نسبة الأخطاء عن أي عنصر بشري، ومن أكثر المجالات التي يُستخدم فيها إنتاج الأخبار آلياً؛ الرياضة والمال نظراً لتوافر بيانات منظمة عنهما. وأشارت دراسة (شريقي، 2018) إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة أسهمت في سرعة توصيل الأخبار بشكل واجه منافسة وسائل الإعلام الأخرى، كالراديو والتلفزيون، وكذلك الدقة في تصحيح الأخطاء الإملائية والنحوية إلكترونياً؛ لذا اتجهت الصحف إلى البث الإلكتروني عبر الإنترنت مستعينة بالذكاء الاصطناعي الذي يوفر على الصحيفة المبالغ الطائلة لإصدار الصحف الورقية.

ب- الدراسات الخاصة بمحتوى وتكنيك كتابة الموضوعات الصحفية المدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي:

أشارت دراسة (Huang, 2022)، ودراسة (McIntosh, 2022)، ودراسة (Rubio & Ruiz, 2021)، ودراسة (Moravec et al., 2020) إلى أن الروبوتات تخطت عقبة اللغة، حيث تجمع هذه الآلات البيانات والمعلومات من أكثر من مكان وبلغات متعددة وترجمها جميعاً إلى لغة واحدة بسرعة فائقة ثم تصيغ المحتوى وتقدمه للجمهور. وأكدت دراسة (Tosyali & Aytakin, 2020) أن صحافة الروبوت تعمل على تحويل البيانات إلى محتوى إخباري دون تدخل بشري عبر قوالب صحفية تم تحديدها مسبقاً من جانب العنصر البشري. كما تستطيع صحافة الروبوت كشف الأحداث المهمة، وإعداد تقارير صحفية عنها، وستتميز التغطية بالحيادية؛ كونه سيجمع المعلومات والبيانات من أكثر من مصدر، وسوف تنتوع المجالات الصحفية التي يعمل من خلالها فلن يكتفي فقط بأخبار الطقس والرياضة وأسواق المال. واتفقت معها دراسة (Colorado, 2020) في إمكانية توظيف تقنيات التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي لتقديم محتوى صحفي للقراء برؤية متوازنة، من خلال تحديد القصص العاجلة والرائجة، وتحديد وجهات النظر المتعددة، ثم دمج وجهات النظر هذه معاً في موضوع صحفي، مما يوفر للقراء فرصة النظر لأفكار مختلفة عن معتقداتهم. في حين ذكرت دراسة (Kim, 2020) أن جودة المحتوى الصحفي المنتج بواسطة الروبوتات أقل من جودة المحتوى المنتج بواسطة البشر. وحددت دراسة (Leppinen et al., 2020) قواعد للسيطرة علي التحيز سواء كان من جانب الصحفي البشري أو الآلة، من خلال تحري الدقة في اختيار المعلومات والبيانات التي يتم إدخالها إلى الآلة؛ عبر انتقاء اللغة والمضمون. وقواعد البرمجة. وأوضحت نتائج دراسة (Mohamed, 2021)، ودراسة (Tunez et al., 2019) أن الأخبار المكتوبة بواسطة الخوارزميات جاءت غنية بالمعلومات، وتستخدم بنية سردية متكررة

يمكن من خلالها تحديد نمط ثابت في الترتيب المتسلسل للبيانات. أما الخبر الذي يكتبه الصحفي فيحتوي على نفس العناصر – وإن كانت دون ترتيب محدد – بالإضافة إلى وجود بعض الآراء الشخصية من قبل الصحفي.

ورصدت دراسة (Diakopoulos, 2019) أهمية توظيف الروبوتات وأدوات الذكاء الاصطناعي المختلفة في العديد من جوانب العمل الصحفي، منها: إعداد التقارير، وكتابة المقالات، وتغطية الانتخابات والفعاليات الرياضية، وتحليل البيانات الضخمة، واقتراح الصور ذات الصلة، وتقييم مدى تعقيد القراءة، وتقديم ملخصات محتوى قصيرة قابلة للتغريد، وتوفير علامات تصنيف ومواضيع شائعة في الوقت الفعلي لتغطيتها، والتعرف على الصوت لتدوين المقابلات بلغات متعددة، والتصحيح اللغوي والإملائي.

بينما كشفت دراسة (Ruiz et al., 2019) أن النصوص الصحفية تفتقر إلى السياق والتفسير، كما أنها سطحية ومختصرة ورتيبة ضعيفة في توظيف المفردات. وعلى الرغم من انتشار استخدام الصحافة الآلية بعدد من الدول لإنتاج أخبار الرياضة والطقس والمال إلا إنها مازالت بعيدة عن الصحافة العلمية، وهو الأمر الذي طرحته دراسة (Tatalovic, 2018) فالصحافة العلمية ما زالت مُعقّدة، بحيث يتعذر على الروبوتات معالجتها، بالإضافة إلى قلة عدد الصحفيين العلميين القادرين على توظيف إمكانات روبوتات الذكاء الاصطناعي.

ومن جهة أخرى أبرزت دراسة (Shin & Sim, 2016) دور برنامج "روبوت الأسهم" stock robot" في إنتاج المقالات التي تتعلق بسوق الأوراق المالية تلقائياً، مما يسهل من كتابة الأخبار التي تحدث بشكل متكرر بنمط معين دون الحاجة إلى جهد بشري، من خلال إدارة البيانات ذات الصلة وتحليلها.

وتوصلت دراسة (Miroshnicheko, 2016)، ودراسة (Lokot & Diakopoulos, 2015) إلى أن الروبوت يعتمد في إنتاج موضوع صحفي على عدد أكبر من الكلمات، كما يمكن وصف لغته بأنها جافة، بالإضافة إلى أنه مُقيد بالتخصص الذي تدور حوله القصة، أما المحتوى البشري فهو أكثر متعة، أما القصة التي كُتبت آلياً فأكثر موضوعية ودقة ووضوحاً.

وكشفت نتائج دراسة (Matt, 2015) أن أتمتة المحتوى الإخباري تزود الصحفيين بآليات مبتكرة لجمع الأخبار ونشرها، لكنها تفتقد للسرد الصحفي والخيال وتترك تأثيراً واضحاً على مستقبل العمل الصحفي.

وخلصت دراسة (Abdel Razzaq, 2014) إلى أن تطبيق التعلم الآلي الاستقرائي في بنية معقدة كاللغة العربية سيقدم مساهمة فعالة في المجال الصحفي العربي، عبر تحليل هيكلية النحو العربي وباستخدام خوارزمية التعلم الاستقرائي مع تقنيات معالجة اللغة لرفع كفاءة معالجة النصوص العربية آلياً.

وأوضحت دراسة (Broussard, 2014)، ودراسة (Nagarathinam, 2010) دور أحد برامج الذكاء الاصطناعي، وهو "Story Discovery Engine"، والمستخدم في تسهيل إنتاج تحقيقات استقصائية في مجال الشؤون العامة، من خلال تحليل البيانات التي تحتاج إليها.

التعليق على دراسات الاتجاه الأول:

اتفقت معظم دراسات هذا الاتجاه على استخدام المنهج التجريبي، خاصة الدراسات باللغة الإنجليزية بنسبة بلغت 94.4%؛ في حين لم غلب على الدراسات باللغة العربية استخدام منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية بنسبة بلغت 80%، كما يوضح الجدول التالي:

في إنتاج المحتوى الصحفي الاصطناعي الذكاء جدول (6) الأطر المنهجية لدراسات توظيف

الإجمالي	لغة الأبحاث						الذكاء توظيف المناهج وأدوات جمع البيانات لدراسات في إنتاج المحتوى الصحفي الاصطناعي
	أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية				
	%	ك	%	ك	%	ك	
14.6	6	5.6	2	80	4	منهج المسح وأسلوب المقارنة المهجية	المناهج
85.4	35	94.4	34	02	1	المنهج التجريبي	
100	41	100	36	100	5	الإجمالي	
19.5	8	13.9	5	60	3	تحليل المحتوى	أدوات جمع البيانات
24.4	10	25	9	20	1	الاستبيانات	
17.1	7	16.7	6	20	1	المقابلة	
39	16	44.4	16	-	-	الملاحظة	
100	41	100	36	100	5	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق أن أغلب الدراسات السابقة ركزت علي أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي بصفة عامة، من خلال أطر منهجية ونظرية متعددة ما بين دراسات ميدانية في إطار الأهداف التي سعت إلي تحقيقها بنسبة بلغت 80.5%، وبين دراسات تحليلية علي عينة من المواد الصحفية بنسبة بلغت 19.5%.

واعتمدت أغلب الدراسات على أدوات الملاحظة (39%)، والاستبانة (24.4%)، وتحليل المحتوى (19.5%)، والمقابلات (17%) لجمع البيانات، ورصد مدى استفادة المؤسسات الصحفية من تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقها في مجال الصحافة ونتائج هذا الاستخدام في كل مراحل العمل الصحفي. في حين انفردت الدراسات باللغة الإنجليزية في توظيف أداة الملاحظة (44.4%)، والاستبانة (25%)، والمقابلة (16.7%).

ومن أبرز الأطر النظرية التي وظفتها دراسات هذا الاتجاه: تطور وسائل الإعلام The Diffusion Of Innovations، وانتشار المبتكرات Media Evolution Theory، ومدخل تحليل النظم System Analysis Approach، كما يوضح الجدول التالي:

في إنتاج المحتوى الصحفي الاصطناعي الذكاء جدول (7) الأطر النظرية لدراسات توظيف

الإجمالي		لغة الأبحاث				الذكاء توظيف الأطر النظرية للدراسات التي تناولت في إنتاج المحتوى الصحفي الاصطناعي
		أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية		
%	ك	%	ك	%	ك	
7.32	3	5.56	2	20	1	Media Evolution Theory نظرية تطور وسائل الإعلام
56.1	23	55.56	20	60	3	The Diffusion Of Innovations Theory نظرية انتشار المبتكرات
36.59	15	38.89	14	20		System Analysis Approach مدخل تحليل النظم
100	41	100	36	100	5	الإجمالي

يشير الجدول السابق إلى توظيف دراسات الاتجاه الأول لنظرية انتشار المبتكرات جاء في الترتيب الأول بنسبة بلغت 56.1%، يليها مدخل تحليل النظم بنسبة بلغت 36.6%، وأخيرا نظرية تطور وسائل الإعلام بنسبة بلغت 7.3%.

وتعددت أهداف الدراسات السابقة ما بين: التعرف على كيفية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، وما إذا كان استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة هو مجرد مرحلة تطويرية، أم أنها ستؤدي إلى تغيير شامل. وأشارت الدراسات السابقة إلى أن أهم ما يميز صحافة الذكاء الاصطناعي أنها قادرة على معالجة البيانات الضخمة، بالاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي والتي تتجاوز صحافة الروبوت وتوفر العديد من الأدوات والتطبيقات التي تحتاجها الصحافة، مثل: صحافة البلوك تشين، ومنصات إنترنت الأشياء، وصحافة البيانات المفتوحة.

وبينت الدراسات السابقة أن الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل كبير ليس فقط بإنتاج المحتوى الصحفي، بل أسهم أيضاً في نشر وتوزيع المحتوى الصحفي من خلال قاعدة البيانات التي يتم من خلالها تقسيم الجماهير إلى مجموعات متنوعة وفق نوعية اهتمامها.

الاتجاه الثاني: الدراسات التي تناولت تأثير استخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي على

الصحفيين وأدوارهم: وتنقسم دراسات هذا الاتجاه إلى دراسات: ناقشت طبيعة العلاقة بين الصحفيين وتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأخرى سلطت الضوء على المهارات الجديدة التي يحتاجها الصحفيون لمواكبة تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك على النحو التالي:

الصحفيين جدول (8) على الذكاء أنظمة الموضوعات البحثية لدراسات تأثير

الإجمالي		لغة الأبحاث				أنظمة استخدام تأثير تناولت الموضوعات البحثية للدراسات التي وأدوارهم الصحفيين على الاصطناعي الذكاء
		أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية		
%	ك	%	ك	%	ك	
70.59	24	70.37	19	71.43	5	دراسات ناقشت طبيعة العلاقة بين الصحفيين وتقنيات الذكاء الاصطناعي
29.41	10	29.63	8	28.57	2	تقنيات الذكاء الاصطناعي تطور لمواكبة الصحفيين المهارات الجديدة دراسات سلطت الضوء على المهارات
100	34	100	27	100	7	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق تركيز دراسات الاتجاه الثاني على طبيعة العلاقة بين الصحفيين وتقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة بلغت 70.6%، وفي المرتبة الثانية المهارات التي يحتاجها الصحفيون لمواكبة تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة بلغت 29.4%، وبالنسبة لأبرز نتائج دراسات الاتجاه الثاني فهي كالتالي:

أ- الدراسات التي ناقشت طبيعة العلاقة بين الصحفيين وتقنيات الذكاء الاصطناعي:
 اتفقت دراسة (Lian & Tang, 2022)، ودراسة (بدوي، 2021)، ودراسة (Saad & Talat, 2020)، ودراسة (Rojas, 2019)، ودراسة (Ford & Hutchinson, 2019)، ودراسة (Pashevich, 2018)، ودراسة (Graefe, 2016)، ودراسة (Aljazair, 2016)، ودراسة (Lemelshtrich, 2015)، ودراسة (Dalen, 2012) على أن تقنيات الذكاء الاصطناعي لن تحل محل البشر في المستقبل القريب، بل سيظل البشر هم المتحكمون والمشرفون على الذكاء الاصطناعي، فالعلاقة بين العنصر البشري والآلة في الصحافة علاقة تكاملية يعتمد كلٌّ منهما على الآخر بدايةً من إدخال البيانات والمعلومات من جانب العنصر البشري حتى إنتاجها، مدعومة بالصور والرسوم البيانية من جانب الروبوت حتى تخرج التغطية الصحفية بأفضل شكل وتصل للجمهور بأكثر من طريقة.
 وعلى النقيض أكدت دراسة (Lee & Hamilton, 2022)، ودراسة (Georgieff & Hye, 2021)، ودراسة (Robinson, 2019)، ودراسة (Daewon & Kim, 2017)، ودراسة (Linden, 2017) أن الروبوتات ستحل محل الصحفيين البشريين في المستقبل، فلن يتوقف عمل الروبوتات على محاكاة البشر، بل سيصل إلي التفوق عليهم وتدارك الأخطاء التي يقع فيها الصحفيون سواء في الحصول على الأخبار أو كتابتها بشكل صحيح، أو في كم الإنتاج الصحفي اليومي، وهو ما يتوافق بطبيعة الحال مع متطلبات العصر الرقمي للصحافة.
 وأوضحت نتائج دراسة (رمضان، 2021)، ودراسة (الخولي، 2020)، ودراسة (عطية، 2019) أن هناك العديد من تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي التي يُعتمد عليها في إنتاج المحتوى الصحفي في الصحف المصرية، أهمها: إنتاج الأخبار القصيرة بشكل آلي، خاصة المعتمدة على البيانات الإحصائية، وتتبع الأخبار العاجلة، وربط المعلومات بسرعة وكفاءة وتحويلها إلى أشكال بيانية، والتصحيح الإملائي والنحوي والأسلوبي، وفحص الحقائق بشكل سريع وموثوق واكتشاف الأخبار الزائفة، وتحويل النصوص إلى فيديوهات تلخص الحدث، وعمل قوالب متعددة تعالج نفس الخبر من جوانب متعددة، وترجمة الفيديوهات والنصوص إلى أكثر من لغة، ومساعدة الصحفيين في التعرف على أسماء المسؤولين من خلال تقنيات التعرف عبر الصور، وتصميم وإخراج وطباعة الصحيفة، وإدارة غرفة الأخبار الإلكترونية لمنصات الصحيفة المتعددة، وإنتاج وأرشفة البيانات الضخمة، وأخيرًا تحليل المواقع والحسابات الإلكترونية للتعرف على اتجاهات الجمهور ومستواهم الثقافي والتعليمي والمهني.
 في حين أشارت نتائج دراسة (بريك، ٢٠٢٠) إلى أن مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية كان منخفضاً طبقاً لرأي الباحثين بنسبة 34.2%، يليها عدم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة 33.6%، ثم بشكل متوسط بنسبة 26.6%، وأخيرًا بشكل مرتفع بنسبة 5.6%.

وكشفت دراسة (Maswadi, 2020) أن الصحفيين الأردنيين يميلون إلى تشجيع استخدام صحافة الروبوت في المؤسسات الصحفية بشكل تدريجي تماشياً مع التوجه العالمي. وحددت دراسة (Beckett, 2019) أهم دوافع الصحفيين لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في: زيادة كفاءة عملهم، وتقديم محتوى أكثر صلة بالمستخدمين. بينما كانت الموارد المالية، ونقص المهارات، وثقافة المقاومة، والخوف من فقدان الوظائف، وتغير عادات العمل، والعداء العام للتكنولوجيا الجديدة، والافتقار للمعرفة، وغياب الاستراتيجية الإدارية أكبر التحديات أمام تبنيها.

وأكدت دراسة (Zhang & Xiong, 2018)، ودراسة (Mishra, 2016) على الموقف المتشائم للصحفيين تجاه توظيف تطبيقات الصحافة الآلية بغرف الأخبار؛ ويُعزى ذلك للتعقيدات المؤسسية والفردية مثل: طبيعة النظام الإعلامي، والثقافة الصحفية، والتأثير المشترك لضغوط الأنماط البيروقراطية، والعوائق الإدارية، وكذا تهديد تلك التطبيقات لوظائفهم.

وأوضحت دراسة (Marconi, 2017) أنه رغم أنظمة الذكاء الاصطناعي، فستبقى اليد العليا للصحفي في اتخاذ القرارات النهائية؛ وعلى الصحفي أن يُجري بعض التعديلات والمراجعات للأخبار التي تُنتجها هذه البرامج قبل نشرها، فطالما أن الذكاء الاصطناعي شيء من صنع البشر، فهو قابل للتحيزات والأخطاء، ولا يمكنه حل جميع المشكلات والتحديات، ولكنه يساعد بشكل كبير في إنتاج أنواعاً جديدة من الصحافة، ومساعدة الصحفيين على التواصل بشكل أفضل مع الجمهور، فضلاً عن تمكين الصحفيين من التعامل مع مجموعات كبيرة من البيانات.

ب- دراسات سلطت الضوء على المهارات الجديدة التي يحتاجها الصحفيون لمواكبة تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ منها:

أشارت دراسة (Reyes et al., 2022)، ودراسة (Giannakouloupoulos et al., 2022)، ودراسة (سالم، 2021)، ودراسة (Hannaford, 2019) إلى أن التحديات التقنية أهم ما يواجه الصحفيين؛ حيث تزداد حاجتهم إلى المهارات البرمجية والتقنية لإجراء تحليل البيانات وإنشاء أدوات تفاعلية وتطبيقات إخبارية، وهو ما دعى إلى ظهور الصحفيون المهجنون-journo coders الذين يجمعون بين كونهم مبرمجين، وكونهم صحفيين، ويدمجون ذلك خلال عملهم في غرف الأخبار.

وأبرزت دراسة (عبد الحميد، 2020)، ودراسة (Ashraf & Tabassum, 2019)، ودراسة (Pavlik, 2016) أن تنمية مهارات الصحفيين تقع على عاتق المؤسسات الصحفية والتي يجب أن تتجه إلى مزيد من التدريب، بالإضافة إلى كليات وأقسام الإعلام في الجامعات المختلفة والتي يجب أن تنظر في إعادة هيكلة مناهجها لتزود طلاب الصحافة بالمهارات الجديدة اللازمة للنجاح في عصر يحركه الذكاء الاصطناعي.

وأكدت دراسة (Thurman, Dörr & Kunert, 2017) على إمكانية توظيف الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي، ليس فقط في إنتاج التقارير النصية، ولكن أيضاً في إعداد تقارير سمعية بصرية قصيرة. إلا أن هناك عدداً من القيود عند استخدام برامج الكتابة الآلية للنصوص، منها: اعتماد هذا النوع من الصحافة على بيانات كمية ومعزولة، مما يؤدي

إلى إنتاج تقارير تفتقد السياق والإبداع، بالإضافة إلى صعوبة التحقق من البيانات في بعض الأحيان، وافتقارها إلى الزوايا الإنسانية في كتابة القصص.

وأُلفت دراسة (Hansen, Meritxell & Keegan, 2017)، ودراسة (Aljazairi, 2016) الضوء على الفجوة المعرفية والقدرة على التواصل بين كل من الصحفيين والمُبرمجين المسؤولين عن استحداث برامج الذكاء الاصطناعي.

التعليق على دراسات الاتجاه الثاني:

تباينت مناهج البحوث محل الدراسة ما بين المنهج المسحي والتجريبي ودراسات الحالة، وتم تطبيق الدراسات على عينات متباينة من صحفيي المؤسسات الإعلامية وقياداتها والأكاديميين بمجالات الإعلام، وخبراء الصحافة الحاسوبية، والعاملين بالشركات التكنولوجية، وتنوعت أدواتها في جمع البيانات ما بين الكمية والكيفية، مثل: (المقابلات - الاستبيان الملاحظة - مجموعات النقاش المركزة)، كما يتضح من خلال الجدول التالي:

جدول (9) الأطر المنهجية لدراسات تأثير أنظمة الذكاء الاصطناعي على الصحفيين

الإجمالي	لغة الأبحاث				تأثير المناهج وأدوات جمع البيانات لدراسات الصحفيين على الاصطناعي الذكاء أنظمة استخدام وأدوارهم	
	أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية			
%	ك	%	ك	%	ك	
23.5	8	11.1	3	71.4	5	منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية
50	17	59.3	16	14.3	1	المنهج التجريبي
26.5	9	29.6	8	14.3	1	دراسات الحالة
100	34	100	27	100	7	الإجمالي
41.2	14	44.4	12	28.6	2	المقابلة وجماعات النقاش المركزة
35.3	12	29.6	8	75.1	4	الاستبيانات
23.5	8	26	7	14.3	1	الملاحظة
100	34	100	27	100	7	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع توظيف الدراسات للمنهج التجريبي (50%)، وجاء معظمها في الدراسات باللغة الإنجليزية (59.3%)، بينما غلب على الدراسات باللغة العربية توظيف منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية (71.4%). وجاءت أدوات المقابلة وجماعات النقاش المركزة في الترتيب الأول بنسبة بلغت 41.2% في البحوث محل الدراسة يليها الاستبيانات (35.3%)، ثم الملاحظة (23.5%).

وأظهرت الدراسات السابقة اهتماما بجملة من المداخل والنظريات، منها نظريات: انتشار المبتكرات The Diffusion of Innovations theory، والحتمية التكنولوجية Technological Determinism theory، ونظريات إيكولوجيا الإعلام Media ecological theories، ونظرية السلطة المعرفية The cognitive authority theory، ونموذج البوابة الرقمية digital gatekeeping model ونموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model، ومدخل صحافة الجودة quality journalism، ثم مدخل تحليل النظم System Analysis Approach، وذلك على النحو التالي:

الصحفيين على الاصطناعي الذكاء أنظمة جدول (10) الأطر النظرية لدراسات تأثير

الإجمالي		لغة الأبحاث				الذكاء أنظمة استخدام تأثير تناولت الأطر النظرية للدراسات التي وأدوارهم الصحفيين على الاصطناعي
		أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية		
%	ك	%	ك	%	ك	
41.2	14	33.3	9	71.4	5	The Diffusion of Innovations نظرية انتشار المبتكرات theory
5.9	2	7.4	2		-	Technological Determinism theory نظرية الحتمية التكنولوجية
5.9	2	7.4	2		-	The cognitive authority theory نظرية السلطة المعرفية
5.9	2	7.4	2		-	digital gatekeeping model ونموذج البوابة الرقمية
14.7	5	18.5	5		-	System Analysis Approach مدخل تحليل النظم
5.9	2	7.4	2		-	quality journalism مدخل صحافة الجودة
20.6	7	18.5	5	28.6	2	Technology Acceptance Model نموذج قبول التكنولوجيا
100	34	100	27	100	7	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن أكثر الأطر النظرية توظيفا في بحوث تأثير أنظمة الذكاء الاصطناعي على الصحفيين هي نظرية انتشار المبتكرات بنسبة 41%، يليها نموذج قبول التكنولوجيا بنسبة 20.6%، ثم مدخل تحليل النظم. وعلى مستوى الأبحاث باللغة العربية جاءت نظرية انتشار المبتكرات في الترتيب الأول بنسبة 71.4%، وكذلك الأمر على مستوى الأبحاث باللغة الإنجليزية بنسبة 33.3%. وتعد الدراسات الغربية في هذا السياق أكثر تنوعاً وثراءً على المستويين: النظري والمنهجي وتنوع مجتمعات تطبيقها، كما أنها اهتمت برصد توجهات الناشرين والقيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمجال الإعلامي والصحفي، وتحديد المشكلات الناجمة عن أتمتة غرف الأخبار، ومزايا وعيوب صحافة الذكاء الاصطناعي وتأثيراتها، فيما ندرت الدراسات العربية والمصرية بهذا الشأن. وحاولت الدراسات السابقة الوقوف على الآثار المحتملة على مستقبل الصحفيين جراء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، واستنباط التحديات المهنية التي قد تزعج ممارسات مهنة الصحافة جراء ظهور هذه التقنيات الحديثة؛ وذلك بالتركيز على دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تغيير الممارسة الصحفية. وقسمت الدراسات السابقة الصحفيين إلى مُعسكرين: (المناصرون والمعارضون)، فمن ناحية: هناك مَنْ يرون أنها أداة تساعد في المهمة الشاقة المتمثلة في جمع البيانات والمعلومات وتصنيفها وصياغتها، والكشف عن المعلومات المضللة والأخبار المزيفة عن طريق إخضاعها للتحليل والمقارنة للتحقق من صحتها، ومن ناحية أخرى: هناك مَنْ يرى أنها تمثل تهديداً حقيقياً لكل مَنْ يعمل بمهنة الصحافة، حيث يتحدد دور الصحفيين دائماً في اختيار الحقائق وتصفيتها ومن ثمَّ التحقق منها وتحليلها، ولكن الآن أخذت الصحافة الآلية كل هذه الأدوار وتركت التحليل فقط للصحفيين.

وانتهت تلك الدراسات إلى أن هناك توجهها إيجابياً وقناعة لدى القيادات بالمؤسسات الصحفية بتوظيف أدوات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته، كابتكار يحقق فوائد اقتصادية كبرى لها، خاصة أن الصحافة في حالة تآهب دائم للحلول التي يمكن أن تقلل من ضغوطاتها المالية، ورغم ذلك فإن هذه التقنيات لا تخلو من أوجه قصور – قد تكون ضارة للمهنة – ويجب معالجتها بشكل مناسب.

الاتجاه الثالث: دراسات تناولت رؤية القارئ للمحتوى الصحفي المنتج بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى التقليدي:

كشفت دراسة (Li, 2022)، ودراسة (Kim & Kim, 2021) أن الوعي بأهمية قبول التكنولوجيا وتشجيع استخدامها في مجال الإعلام يدفع القراء إلى التعاطي أكثر مع المحتوى الصحفي الآلي، خاصة في ظل الجودة المتوقعة للمحتوى، مما يولد الرضا ومزيداً من القبول لدى الجمهور.

وفيما يتعلق بتأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقديم القصص الخبرية على تجربة الاستغراق في الواقع الافتراضي لدى المتلقين، خلصت نتائج دراسة (عطية، ٢٠٢٠) إلى وجود فروق بين استخدام تقنية الواقع الافتراضي الغامر ثلاثي الأبعاد والواقع الافتراضي عبر تقنية الفيديو بنطاق 360 درجة في إعطاء المتلقين إحساساً بالبعد المكاني، وفي المقابل لا يوجد فرق بين التقنيتين في إعطاء إحساساً للقراء بالبعد الزمني والبعد الحسي. كما تظهر النتائج أيضاً دعم تقنية الفيديو بنطاق 360 درجة للجانب المعرفي مقارنة بتقنية الواقع الغامر ثلاثي الأبعاد.

وأوضحت دراسة (عبد الحميد، ٢٠٢٠) أن الجمهور المصري محل الدراسة يرى أن المحتوى الصحفي البشري أكثر مصداقية مقارنة بالمحتوى الاصطناعي، ورتب الجمهور عناصر مصداقية الرسالة، فكانت: فئة "الدقة" في الترتيب الأول، تليها فئة "الموضوعية"، ثم "فصل الحقيقة عن الرأي".

في حين توصلت دراسة (Wu, 2020) إلى أن القصص الإخبارية التي يتم إنتاجها ألياً صنفها القراء على أنها أكثر موضوعية ومصداقية من التي يكتبها الصحفي البشري. وأظهرت نتائج دراسة (Tong, 2019)، ودراسة (Hyehyun & Hyun, 2019) أن الجمهور الصيني يدرك أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة أكثر فائدة من أخطارها، وكشفت الدراسة عن ارتباط استخدام الصحف سلباً بالفائدة المتوقعة من الذكاء الاصطناعي ودعم سياسات الاستعانة به في مختلف مجالات الحياة.

وتوصلت دراسة (Bronwyn & Jones, 2019) إلى أن القراء صنفوا المحتوى الصحفي البشري دائماً بشكل أفضل، كما أنهم صنفوا المحتوى المنتج عبر خوارزميات الذكاء الاصطناعي على أنه أكثر مصداقية، ولكنه أقل فيما يتعلق بالقارئية.

وانفقت معها دراسة (Wölker & Powell, 2018)، ودراسة (Graefe, 2018)، ودراسة (Galilee, 2018)، ودراسة (Lim, 2018)؛ حيث صنفت عينات متنوعة من الجمهور المحتوى الآلي عن الرياضة والمال وأخبار الطقس، أنه أكثر موضوعية ومصداقية مقارنة بالمحتوى البشري؛ نظراً لمزايا الخوارزميات في التغلب على التحيزات والقيود

البشرية، إلا أنها تؤثر سلباً على يسر القراءة، كما أن الإنتاج المدمج للنصوص الإخبارية المؤتمتة والبشرية يزيد من مصداقيتها المدركة لدى القراء. بينما أشارت دراسة (Miroshnichenko, 2018) إلى وجود اختلافات بين الكتابة الآلية والبشرية؛ حيث تتسم النصوص الآلية بنمطية السرد، فيما تميزت النصوص البشرية بأنها أكثر إنسانية وحيوية دون التأثير على دقة موضوعاتها، ويغلب عليها الطابع التفسيري والاستقصائي.

واتفقت معها دراسة (Wei, 2017)؛ حيث تبين اختلاف إدراكات القراء للقصص الإخبارية الآلية والبشرية؛ فأشاروا بإيجابية للأخبار الجادة المكتوبة آلياً، فيما فشلوا في وصف القصص الإخبارية البشرية رغم تمتعها بمصداقية وجودة أعلى مقارنة بالآلية. وأوضحت دراسة (Jung et al., 2017)، ودراسة (Kaa & Krahmer, 2014)، أن القراء ليس لديهم مشاعر سلبية تجاه الأخبار المكتوبة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، ولكن يرى الصحفيون أنهم أكثر جدارة بثقة الجمهور عن الروبوتات. إلا أنه من خلال دراسة (Clerwall, 2014) وصف المبحوثون النصوص التي تمت كتابتها بواسطة البرامج بأنها نصوص "وصفية ومُملة"، وإن كانت أكثر موضوعية من النصوص التي يكتبها الصحفيون.

التعليق على دراسات الاتجاه الثالث:

جاءت معظم الدراسات السابقة في إطار الرصد التجريبي لاختلاف إدراكات القراء لجودة الصحافة المكتوبة آلياً مقارنة بالبشرية وفقاً لطبيعة المحتوى، وموضوعية الرسالة ومصداقيتها، كما تم توظيف منهج المسح بشقيه: الكمي والكيفي، وأسلوب المقارنة المنهجية، وأدوات الملاحظة والاستبيان والمقابلة المتعمقة، وذلك على النحو التالي:

رؤية القارئ للمحتوى الصحفي الآلي مقارنة بالتقليدي جدول(11) الأطر المنهجية لدراسات

الإجمالي		لغة الأبحاث				المناهج وأدوات جمع البيانات للدراسات التي تناولت رؤية القارئ للمحتوى الصحفي الآلي مقارنة بالتقليدي	
		أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية			
%	ك	%	ك	%	ك		
17.6	3	13.3	2	50	1	منهج المسح وأسلوب المقارنة المهجبة	المناهج
82.4	14	86.7	13	50	1	المنهج التجريبي	
100	17	100	15	100	2	الإجمالي	
17.6	3	13.3	2	50	1	الاستبيانات	أدوات جمع البيانات
29.4	5	26.7	4	50	1	المقابلة	
53	9	60	9	-	-	الملاحظة	
100	17	100	15	100	2	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع توظيف الدراسات للمنهج التجريبي (82.4%)، وجاء معظمها في الدراسات باللغة الإنجليزية (86.7%)، بينما غلب على الدراسات باللغة العربية توظيف منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية (50%). كما أبرزت نتائج الدراسة التحليلية ارتفاع انفراد الدراسات باللغة الإنجليزية بتوظيف أداة الملاحظة بنسبة بلغت (60%)، بينما وظفت الدراسات باللغة العربية الاستبيانات (50%)، والمقابلة (50%).

واعتمدت الدراسات السابقة على عدة مداخل نظرية لفهم تعامل الجمهور مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وذلك على النحو التالي:

جدول (12) الأطر النظرية للدراسات التي تناولت رؤية القارئ للمحتوى الصحفي المنتج بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى التقليدي

الإجمالي		أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية		الأطر النظرية للدراسات التي تناولت رؤية القارئ للمحتوى الصحفي الآلي مقارنة بالتقليدي
%	ك	%	ك	%	ك	
23.5	4	26.7	4	-	-	نموذج قبول التكنولوجيا
35.3	6	33.3	5	50	1	نظرية نشر الأفكار المستحدثة
35.3	6	33.3	5	50	1	نظرية انتشار المبتكرات
5,9	1	6.7	1	-	-	نظرية السلوك المبرر
100	17	100	15	100	2	الإجمالي

يشير الجدول السابق إلى أن توظيف نظرية انتشار المبتكرات ونظرية نشر الأفكار المستحدثة، جاء في الترتيب الأول على مستوى دراسات الاتجاه الرابع بنسبة بلغت 35%، يليهما نموذج قبول التكنولوجيا بنسبة بلغت 23.5%، ثم بفارق كبير نظرية السلوك المبرر. وتعد الدراسات الغربية في هذا السياق أكثر تنوعاً وثراءً فيما يتعلق بالكشف عن إدراكات الجمهور للقصص الصحفية الآلية والبشرية، فيما ندرت الدراسات العربية بهذا الشأن. وأشارت أغلب الدراسات إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة تحظى بدرجة كبيرة من الثقة والمصداقية لدى الجمهور، ومستوى مرتفع من القضاء على التحيزات الناتجة عن التدخل البشري، لكنهم يشككون في مدى قدرتها على تقديم محتوى صحفي متميز، وربما يرجع ذلك إلى أن هذه التقنيات الحديثة لا تزال تستخدم في سياق أخبار الرياضة وسوق المال، ويقتصر تميزها - فقط - على التعامل مع الأرقام دون البيانات والمعلومات النصية.

الاتجاه الرابع: الدراسات التي تناولت التحديات التي يواجهها توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة والسيناريوهات المستقبلية المتوقعة، وتنقسم دراسات هذا الاتجاه إلى دراسات:

ناقشت التحديات التي يواجهها توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة، وأخرى استشرفت السيناريوهات المستقبلية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة، وذلك على النحو التالي:

التحديات التي يواجهها توظيف جدول (13) الموضوعات البحثية للدراسات التي تناولت الصحافة والسيناريوهات المستقبلية المتوقعة في الاصطناعي الذكاء

الإجمالي	لغة الأبحاث				التحديات التي الموضوعات البحثية للدراسات التي تناولت الصحافة في الاصطناعي الذكاء والسيناريوهات المستقبلية المتوقعة	
	أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية			
%	ك	%	ك	%	ك	
53.85	14	52.63	10	57.14	4	الذكاء دراسات ناقشت التحديات التي يواجهها توظيف الصحافة في الاصطناعي
46.15	12	47.37	9	42.86	3	الذكاء دراسات استشرفت السيناريوهات المستقبلية لتوظيف الصحافة في الاصطناعي
100	26	100	19	100	7	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق تركيز دراسات الاتجاه الرابع على التحديات التي يواجهها توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة بنسبة بلغت 53.9%، وفي المرتبة الثانية السيناريوهات المستقبلية المتوقعة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة بنسبة بلغت 46,2%، وبالنسبة لأبرز نتائج دراسات الاتجاه الرابع فهي كالتالي:

أ- الدراسات التي ناقشت التحديات التي يواجهها توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

- أكدت دراسة (Nantheera & Bull, 2022)، ودراسة (Buschow et al., 2022) ، ودراسة (Sjøvaag & Owren, 2021)، ودراسة (مصطفى، 2021) أن الروبوت الصحفي يمثل تحدياً حقيقياً لمعظم الوظائف في المؤسسات الإعلامية؛ لذا فإن تطوير كفاءة الصحفيين لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبح إجبارياً للتأقلم مع البيئة الجديدة في عصر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.
- وأشارت دراسة (عبد الباقي، وعبد الفتاح، 2020) إلى عدم جاهزية نسبة كبيرة من غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي نتيجة عدم تحديث الهياكل التنظيمية بها، وعدم تبني أنظمة الجودة، بجانب عدم توفر خوارزميات لتحرير النصوص بالنسخة العربية، وتراجع الاستثمار والتمويل في هذه التقنية.
- وأوضحت دراسة (رمضان، 2020)، ودراسة (عبد الفتاح، 2015) التقارب والتشابك بين قنوات الإعلام والاتصال المختلفة، التقليدية والالكترونية في المؤسسات الصحفية المصرية، إلا أن هناك عدة عوامل تدفع المؤسسات الصحفية بقوة نحو استخدام المنصات المتعددة في نشر المحتوى، منها: نمو وازدياد مستخدمي الأخبار عبر الإنترنت، وانخفاض مبيعات الصحف، والمنافسة الشديدة بين الوسائل الإعلامية على موارد الإعلانات.
- وحول الكشف عن تأثير الصحافة الآلية على المصداقية كشفت دراسة (Liu & Wei, 2019)، ودراسة (Edson et al., 2020) أن مصداقية الرسالة الإعلامية تكون نسبتها أعلى عندما يتم إنتاجها آلياً، بينما تكون في وضع مستقر عندما يكتبها الصحفي البشري، بينما تكون المصداقية في أعلى درجاتها عندما يتم إنتاج المحتوى الصحفي بشكل مشترك بين الإنسان والآلة.
- وأوضحت دراسة (Ali & Hassoun, 2019) أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة يثير قضايا مهنية وأخلاقية مثل: تقويض الإبداع، وغياب الرقابة، والتحيز، والشفافية، واستخدام البيانات وجودتها.
- وتتفق معها دراسة (Lewis et al., 2019) التي أشارت إلى أن الصحافة الأمريكية الآلية بغرف الأخبار تواجه تحديات قانونية تتعلق ب: الملكية الفكرية، وعملية جمع الأخبار، وحقوق النشر، والمسؤولية القانونية لنشر محتوى غير دقيق أو مضر بالسمعة، كما أن آلات الذكاء الاصطناعي لا تتمتع بوعي مستقل يجعلها قابلة للتأثر بمعلومات مغلوبة.
- وفي النموذج الإيطالي وضعت دراسة (Monti, 2018) سبلا لمجابهة تلك التحديات الأخلاقية والتشريعية لصحافة الذكاء الاصطناعي، وأهمها: تطبيق المسؤولية الجنائية والمدنية

نحو إساءة استخدام الصحافة الآلية لضمان دقتها، بالإضافة إلى رصد ومراجعة نتائج الخوارزميات وإسناد المسؤولية للمحررين؛ لاحترام المبادئ الأخلاقية وحل قضايا المساءلة. وأكدت دراسة (Leppanen et al., 2017) على عددٍ من المتطلبات التي تحتاجها الصحافة الآلية، جاءت على رأسها، أولاً: الشفافية؛ وتعني نشر الخطوات المتبعة لمعالجة البيانات والبرامج المستخدمة ومصادر البيانات نفسها، ثانياً: الدقة التي يجب مراعاتها من خلال دعم النص الناتج ببيانات واقعية، ثالثاً: المرونة، وهي: قابلية برامج إنتاج المحتوى آلياً إلى التعديل وإدخال خصائص جديدة عليها تتيح إنتاج أخباراً في مجالات متعددة، رابعاً: جودة المنتج النهائي للمحتوى، خامساً: إتاحة البيانات باستمرار؛ فعلى المسؤولين في غرف الأخبار أن يكونوا على دراية كاملة بمصادر البيانات المتاحة لديهم.

أن غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية (Alzahrani, 2016) وأبرزت دراسة السعودية تواجه صعوبات في تبني التكنولوجيا الرقمية نتيجة لنقص الصحفيين متعددي المهارات والمدربين، فضلاً عن تحديات القوى التنظيمية والتجارية والثقافية التي تعوق اندماج غرف الأخبار الرقمية والمطبوعة بالمؤسسات الصحفية.

ب- الدراسات التي استشرفت السيناريوهات المستقبلية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

كشفت دراسة (Qiang et al., 2022)، ودراسة (خطاب، 2022) أن مستقبل غرف الأخبار الرقمية خلال الخمس سنوات القادمة يتلخص في سيناريوهين، الأول: يفترض التحول الكلي إلى الرقمنة واستخدام التقنيات الذكية بشكل أساسي وفاعل، الأمر الذي سيكون له تداعياته على دورة العمل بغرف الأخبار ومستوى التدريب المتخصص للقائمين بالعمل، ونمط الإدارة وغيرها، ويفترض السيناريو الثاني: استخدام التقنيات الذكية بشكل جزئي مع الاحتفاظ بشكل وطبيعة غرفة الأخبار التقليدية. وأكدت الدراسة على أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار أصبح حتمية استراتيجية لتطوير دورة العمل، والحصول على كفاءة أكبر للأداء، وأشكال جديدة للنشر، وتعزيز ولاء الجمهور.

وحددت دراسة (Kirn, 2022)، ودراسة (عبد المجيد، ٢٠٢١) دوافع استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي في الصحف في المستقبل في: مواجهة انخفاض قارئية الصحف، ورفع كفاءة العمل الصحفي للصحفيين، ومحاولة زيادة أرباح المؤسسات الصحفية، وتحقيق ترتيب متقدم بين الصحف والوسائل الإعلامية المنافسة، كما أوصت الدراسة بضرورة الاستفادة بخطوات التصميم المستقبلي لصحافة الذكاء الاصطناعي، وإدراجها في مقررات كليات وأقسام الإعلام المصرية؛ لما لها من تأثير إيجابي على مستقبل الصحافة، ورفع كفاءة الصحفيين.

واتفقت معها دراسة (Stein, 2019)، ودراسة (Abelson et al., 2017)، ودراسة (Karlsen & Stavelin, 2017)، ودراسة (حسنوي وسقوالي، 2016) فالذكاء

الاصطناعي لا يشكل تهديداً للصحافة المهنية، وأن توظيفه بالمؤسسات الإعلامية ساهم في رفع إيراداتها الاقتصادية، وابتكار تقنيات جديدة تمثل قيمة مضافة للصحافة؛ لمكافحة الأخبار الزائفة، وتخصيص المحتوى للجمهور، وأتمتة المهام الروتينية وتفرغ الصحفيين للمهام الإبداعية.

وأكدت دراسة (Milosavljevit et al., 2019) على أهمية تناول الأبحاث التي تركز على الصحافة الآلية على طرق التواصل بين الإنسان والآلة، لاختبار استجابة التقنيات المختلفة مثل برامج الدردشة الآلية، وبرامج الروبوت الاجتماعية، والتي تم تصميمها لتعمل كمصادر للرسائل بدلاً من أن تكون قنوات الرسائل، في حين أن الافتراض النظري الأساسي ينبغي أن يركز على أن البشر هم المتواصلون، والآلات بمثابة الوسيط.

وخلصت دراسة (Indrati et al., 2018) في إندونيسيا إلى أن اندماج التقنيات الذكية بغرف الأخبار يمثل خياراً استراتيجياً يجب اتخاذه من قبل المؤسسات الإعلامية؛ بما يتماشى مع تقنيات الاتصالات المتطورة، وثقافة الجمهور المتغيرة.

واتفق ذلك جزئياً مع دراسة (Mansoori, 2017) في أن المؤسسات الصحفية الخاصة في الإمارات كانت رائدة في تحقيق الاندماج بين نسخها المطبوعة والإلكترونية والتخطيط له بشكل استراتيجي، بينما الصحف الحكومية لا تزال موجهة بشكل كبير للطباعة، وتخطيطها للاندماج يتم عشوائياً.

بينما أيدت دراسة (Tameling & Broersma, 2013) فصل غرف الأخبار التقليدية عن الرقمية كاستراتيجية لإنتاج المواد المتعمقة والمبدعة، كما وجدت تحديات أمام اندماجها أهمها: مصداقية العلامة التجارية للصحيفة، والاعتبارات الاقتصادية، والفجوة الحادة بين القيم الصحفية داخل وخارج غرف الأخبار المدمجة، واعتراض الصحفيين على نموذج غرف الأخبار المتكاملة؛ وصعوبة تطبيقهم لقيم التحقق من المعلومات قبل نشرها بالموقع الإلكتروني.

التعليق على دراسات الاتجاه الرابع:

جاءت معظم الدراسات السابقة في إطار الدراسات المستقبلية والدراسات الوصفية لاستشراف مستقبل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، ورصد التحديات التي تواجهها، كما تم توظيف منهج المسح بشقيه: الكمي والكيفي. وأسلوب المقارنة المنهجية، وأداتى: الاستبيان، والمقابلة المتعمقة، كما يتضح من خلال الجدول التالي:

جدول (14) الأطر المنهجية لدراسات التحديات التي يواجهها توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة والسيناريوهات المستقبلية المتوقعة

الإجمالي	لغة الأبحاث				التحديات التي المناهج وأدوات جمع البيانات لدراسات الصحافة في الاصطناعي الذكاء يواجهها توظيف والسيناريوهات المستقبلية المتوقعة		
	أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية				
%	ك	%	ك	%	ك		
100	26	100	19	100	7	منهج المسح وأسلوب المقارنة المهجية	المناهج
100	26	100	19	100	7	الإجمالي	
46.2	12	36.8	7	71.4	5	الاستبيانات	أدوات جمع البيانات
53.8	14	63.2	12	28.6	2	المقابلة	
100	26	100	19	100	7	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع توظيف الدراسات لأداة المقابلة (53.8%)، وجاء معظمها في الدراسات باللغة الإنجليزية (63.2%)، بينما غلب على الدراسات باللغة العربية توظيف الاستبيانات (71.4%)، ثم المقابلة (28.6%).
وركزت الدراسات السابقة على عدد من المداخل والنظريات، وذلك على النحو التالي:

جدول (15) الأطر النظرية للدراسات التي تناولت التحديات التي يواجهها توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة والسيناريوهات المستقبلية المتوقعة

الإجمالي		لغة الأبحاث				التحديات التي يواجهها توظيف الأطر النظرية للدراسات التي تناولت الصحافة والسيناريوهات المستقبلية المتوقعة في الاصطناعي الذكاء
		أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية		
%	ك	%	ك	%	ك	
73.1	19	63.2	12	100	7	The Diffusion Of Innovations Theory نظرية انتشار المبتكرات
7.7	2	10.5	2	-	-	Strategic Management Theory نظرية الإدارة الاستراتيجية
7.7	2	10.5	2	-	-	Organizational Development Theory نظرية التطوير التنظيمي
3,9	1	5.3	1	-	-	Media Evolution Theory نظرية تطور وسائل الإعلام
7.7	2	10.5	2	-	-	System Analysis Approach مدخل تحليل النظم
100	26	100	19	100	7	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن توظيف نظرية انتشار المبتكرات جاء في الترتيب الأول بنسبة 73% سواء على مستوى الأبحاث باللغة العربية أو الأبحاث باللغة الإنجليزية، يليها وبفروق واضحة باقي النظريات، والتي تم تكرارها مرة أو مرتان على الأكثر.
وجاءت معظم الدراسات التي أجريت في هذا الموضوع أجنبية ولم يكن هناك اهتمام كبير من الدول العربية بإجراء مثل هذه الدراسات، وهو ما يمكن تفسيره بالقول أن المشكلات المادية والعناصر البشرية غير المدربة تقف عائقاً كبيراً أمام الصحف العربية.
وركزت معظم الدراسات السابقة على التأثير الإيجابي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على الصحافة عبر عدة مستويات، أهمها: تحسين أداء العمل الصحفي، فالخوارزميات تساعد الصحفيين على ترتيب النصوص وتصنيفها وصياغتها بسرعة، والتعامل مع الكم الهائل من البيانات والمعلومات ومعالجتها آلياً، والكشف عن الأخبار المزيفة، وإنتاج محتوى صحفياً متوافقاً مع اهتمامات الجمهور وفئاته المختلفة، والترجمة الآلية السريعة للأخبار، وتوفير مزيد من الوقت والجهد للصحفيين واستغلال ذلك في كتابة التحليلات الصحفية، وتطوير الموارد البشرية وفتح مجالات عمل جديدة في العمل الصحفي؛ خاصة للمبرمجين ومهندسي الكمبيوتر والمصممين.

إلا أنه على الرغم من توفر الكثير من المزايا لصحافة الذكاء الاصطناعي لكن هذا لا يمنع من وجود بعض العيوب والمخاطر، ومنها: انتهاك الخصوصية، وعدم إمكانية المسألة القانونية

للذكاء الاصطناعي، كما لا يمكن للذكاء الاصطناعي التمييز بين المدخلات إذا كانت دقيقة أو غير دقيقة، بالإضافة إلى قلة الوعي الذاتي.

رؤية نقدية لبحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة عينة الدراسة في البحوث العربية في ضوء المقارنة مع البحوث الأجنبية

في ضوء العرض التحليلي النقدي لبحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة تسعى الباحثة لتقديم رؤية نقدية للدراسات العربية في ضوء المقارنة مع الدراسات الأجنبية، وذلك عبر المحاور التالية: أولاً: على صعيد الإشكاليات البحثية وأبرز النتائج المتعلقة ببحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة عينة الدراسة، ثانياً: على صعيد الأطر النظرية التي وظفتها بحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة عينة الدراسة، ثالثاً: الأطر المنهجية المستخدمة في بحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة عينة الدراسة.

المحور الأول: رؤية نقدية للإشكاليات البحثية وأبرز النتائج المتعلقة ببحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة عينة الدراسة

تسعى الباحثة عبر هذا المحور لتقديم رؤية نقدية لنتائج الدراسات العربية في ضوء المقارنة مع الدراسات الأجنبية، وذلك عبر المستويات التالية الأولى، ويتناول: المقصود بصحافة الذكاء الاصطناعي وسماتها وتوظيف تقنياتها في العمل الصحفي، ويركز المحور الثاني على: أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي وطرق الاستفادة منها بالنسبة للصحفيين، ويناقش المحور الثالث: التغييرات التي يمكن أن تضيفها صحافة الذكاء الاصطناعي على المستقبل وردود الأفعال، ويبرز المحور الرابع: استراتيجيات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الصحفية، ويستعرض المحور الخامس: مقترحات لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية، ويسلط المحور السادس الضوء على: مستقبل الصحافة في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وذلك على النحو التالي:

المستوى الأول: المقصود بصحافة الذكاء الاصطناعي وسماتها وتوظيف تقنياتها في العمل الصحفي، على مستوى التعريفات التي يتبناها الصحفيون بشأن مفهوم صحافة الذكاء الاصطناعي، أشارت البحوث العربية والأجنبية إلى تبني الصحفيين مفاهيم مقاربة، وتلخص جميعها استفادة الصحافة من تقنيات الثورة الصناعية الرابعة في عملية الإنتاج وتحقيق أهدافها، فهي صحافة آلية تعتمد على برامج وخوارزميات تستخدم لإنتاج المحتوى الصحفي كلياً أو جزئياً.

وعلى مستوى أبرز السمات التي تحدد صحافة الذكاء الاصطناعي، أوضحت البحوث العربية- دراسة (رمضان، 2021)، ودراسة (الخولي، 2020)، ودراسة (بدوي، 2021)- أن أبرز سمات صحافة الذكاء الاصطناعي تعتمد على بروز وسائل الإعلام مجهولة الهوية قوية التأثير، بينما أكدت البحوث الأجنبية أن أبرز سمات صحافة الذكاء الاصطناعي تقوم على اختفاء المرسل من عناصر العملية الاتصالية.

وهنا أبرزت البحوث العربية تخوف الصحفيين من النتائج السلبية الناتجة عن استخدام هذه التقنيات في الصحافة، كأن تلغي وظيفة الصحفي، أو على الأقل ستؤدي إلى تراجع العنصر

البشري في المجال الصحفي، والاكتفاء بأداء أدوار هامشية على أن تقوم تلك التقنيات بالعبء الأكبر في إعداد المحتوى ونشره والتفاعل معه والتعامل مع التغذية الراجعة. في حين كشفت البحوث الأجنبية- دراسة (Lian & Tang, 2022)، ودراسة (Saad & Talat, 2020) - عن استعداد الصحفيين لهذه التقنيات وتطوير مهاراتهم لتعتمد على التحليل والابداع، حيث تساعد الصحافة الآلية على إنتاج قصص إخبارية منقحة، وتطوير أخبار متعمقة، مما يمكن الصحفيين من أداء أعمالهم بصورة أفضل. أما على مستوى وعي الصحفيين بالذكاء الاصطناعي وتوظيفه في صناعة الصحافة، خلصت البحوث العربية-دراسة (بريك، ٢٠٢٠)، ودراسة (عطية، 2019)- إلى ارتفاع مستوى الوعي لدى الصحفيين بادوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وكيفية استخدام البعض منها في العمل الصحفي؛ حيث يحاول الصحفيون بناء المعرفة حول الذكاء الاصطناعي وسبل توظيفه وانعكاساته، باعتباره نمطا مستحدثا تجلى في تجارب عالمية تعد بمثابة الارهاصات الأولى له، ولا يزال قيد التجربة بالصحف المصرية والعربية المدفوعة بتطوراته، وكذا ردود فعل المجتمعات نحوه، كما ان البعض ممن لديهم معرفة بتلك التكنولوجيا يجهلون كافة مزاياها، بما يجعل استفادتهم منها دون سقف إمكاناتها.

بينما أشارت البحوث الأجنبية مبكرا - دراسة (Thurman, Dörr & Kunert, 2017) - إلى أن مستوى إدراك الصحفيين لأدوات الذكاء الاصطناعي مكنهم من نقل أي محتوى صحفي عبر أي وسيلة، فلم تعد الصحافة محصورة في وسيلة واحدة، لكنها باتت تتسرب من سياقاتها الأصلية، فأصبحت الوسائل المتعددة تتكامل معا في شبكات متواصلة وفائقة.

المستوى الثاني:

أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي وطرق الاستفادة منها بالنسبة للصحفيين، على مستوى الأهمية التي يمثلها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إطار العمل الصحفي، اتفقت معظم البحوث العربية والأجنبية على أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أدت إلى تغيير الطرق والأساليب التي كانت تمارس بها مهنة الصحافة وصناعاتها واستهلاكها؛ إلا أن الدراسات العربية عظمت من أهمية تطبيق صحافة الروبوت لقدرتها على إنتاج وتقديم محتوى صحفي أكثر تميزا من الذي يقدمه الصحفيين البشريين، كما أنه أكثر مصداقية لدى الجمهور.

في حين أشارت البحوث الأجنبية دراسة (Kim, 2020)، دراسة (Ruiz et al., 2019) إلى سلبية صحافة الروبوت، ووصفت المحتوى الصحفي المنتج من خلالها بـ "الجمود"، كونه لا يراعي الاهتمامات والجوانب الإنسانية، كما أنه لا يقدم شرحا أو تفسيراً للأحداث.

فيما يتعلق بطرق الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي، اتفقت البحوث العربية والأجنبية على أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي أتمتة المهام "العادية"، حيث يمكن لتطبيق مثل News Tracer تعقب الأخبار العاجلة، وتسنطيع من خلال منصة Quill Narrative Science تحويل البيانات إلى قصص ذكية، بالإضافة إلى الروبوتات التي تغطي الأحداث، خاصة في الأماكن المحفوفة بالمخاطر والتي يصعب على الإنسان الوصول إليها.

على مستوى الأدوات التي توفرها تقنيات الذكاء الاصطناعي وتستخدم في الصحافة، أشارت البحوث العربية إلى أن أهم ما توفره تقنيات الذكاء الاصطناعي للصحافة يتمثل في: التنقيب عن البيانات للصحافة الاستقصائية، وإنتاج الأخبار ومستخلصات للأحداث، وتوفير

منصات جديدة مثل الواقع المعزز والبلوك تشين، والمساعدة في التحقق من صحة المعلومات، وأتمتة مختلف جوانب العمل الصحفي.

وأوضحت البحوث الأجنبية-دراسة (Miroshnicheko, 2016)، ودراسة (Lokot & Diakopoulos, 2015) - أن الأتمتة لا تناسب كافة جوانب العمل الصحفي؛ وإنما هي مناسبة لأنواع معينة من المهام الصحفية، فالخوارزميات يمكن أن تصف فقط ما حدث، وليس لماذا، مما يجعلها أفضل للقصص الروتينية القائمة على البيانات كأخبار المال والرياضة. على مستوى المهارات التي يجب أن يتقنها الصحفيون كمطلب رئيس لصحافة الذكاء الاصطناعي، أشارت البحوث العربية والأجنبية إلى أهمية مواكبة التطورات التقنية والتغيرات الهيكلية ببيئة العمل الصحفي من خلال التعاطي مع مهارات: تقنيات الكشف عن الأخبار الزائفة، وإدارة الشبكات الرقمية، وتوزيع المحتوى عبر المنصات المتعددة، ومهارات التسويق الرقمي والنشر المكتبي، وتوظيف تطبيقات الترجمة الآلية، ومهارات البرمجة وتصميم المواقع، وتحليل المواقع والحسابات الالكترونية للتعرف على اتجاهات الجمهور ومستوياته.. وغيرها.

المستوى الثالث: التغيرات التي يمكن أن تصفيها صحافة الذكاء الاصطناعي على المستقبل وردود الأفعال، على مستوى الأدوار التي يمكن أن يقوم بها المستقبل في إطار صحافة الذكاء الاصطناعي، اتفقت البحوث العربية والأجنبية-دراسة (Reyes et al., 2022)، ودراسة (Giannakouloupolous et al., 2022)، ودراسة (سالم، 2021)، ودراسة (Hannaford, 2019)- على أن المستقبل يقوم بدور القائم بالاتصال في إنتاج وإرسال المعلومات وردود الأفعال، مما يشكل تحدياً للصحافة في ظل وجود مستقبل يقوم بكل شي تقريباً في العملية الاتصالية. كما أن دور المستقبل في انتقاء الوسيلة المناسبة لتلقي الرسائل الخاصة يأتي في مقدمة الأدوار التي يقوم بها المستقبل في إطار صحافة الذكاء الاصطناعي، وكذلك تلقي وتبادل وتحليل المعلومات من وسائل تكنولوجية مختلفة. على مستوى التطورات التي تحدثها صحافة الذكاء الاصطناعي في الجمهور (المستقبل)، اتفقت البحوث العربية والأجنبية على أن تحول المستقبل إلى أدوات وأجهزة تقنية تحمل صفات المتلقي العادي يستقبل الرسالة ويحللها بسرعة ويرسلها، مما يمثل ضماناً لحرية تداول المعلومات اعتماداً على تقنيات الثورة الصناعية الرابعة.

على مستوى تأثير صحافة الذكاء الاصطناعي على رد الفعل كأحد عناصر العملية الاتصالية، أبرزت البحوث العربية والأجنبية إيجاد صناعة جديدة في الصحافة هي صناعة "ردود الفعل"، وكذلك ضمان حرية ردود الأفعال اعتماداً على تقنيات الثورة الصناعية الرابعة، حيث يمتلك الجميع حق التعديل وإعادة النشر، وألقت البحوث الأجنبية الضوء على أن التحليل الآلي للمشاركة السلوكية يمكن أن يشكل استهلاك الأخبار، من خلال توصية القراء بما يستهلكه الآخرون، كما أصبح "إشراك الجمهور" مفهوماً رئيساً في الصحافة.

المستوى الرابع: استراتيجيات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الصحفية، أوضحت البحوث العربية والأجنبية استراتيجيات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الصحفية، ومنها: إنشاء أقسام للأتمتة والذكاء الاصطناعي، ووضع روبوت متخصص في كل أقسام المعلومات والتحرير الصحفي، وإيجاد حافظة برامج خاصة بالمؤسسة

تحتوي تطبيقات الذكاء الاصطناعي، والتطوير المستمر لغرف الأخبار داخل المؤسسة الصحفية بالتعاون مع الشركات المتخصصة في مجال الذكاء الاصطناعي.

وانفقت معظم البحوث العربية دراسة (سالم، 2021)، ودراسة (عبد الحميد، 2020) على عدم جاهزية المؤسسات الصحفية العربية لتوظيف تلك المستحدثات، نظراً لـ: عدم تحديث الهياكل التنظيمية، وعدم تبني أنظمة الجودة، وعدم توافر خوارزميات لتحرير النصوص باللغة العربية، وكذا نقص الاستثمار وارتفاع تكلفة اقتنائها، وتزايد المشكلات الفنية.

المستوى الخامس: مقترحات لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية، أبرزت البحوث العربية والأجنبية عدة مقترحات لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتصبح قوة تحويلية تتحدى المفاهيم التقليدية للصحافة من خلال: تعزيز التدريب الرقمي المستمر للصحفيين لدعم مهاراتهم، وتعظيم موارد المؤسسات الصحفية، وزيادة الكونه المخصصة للمواد المنتجة والمدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الحوافز الصحفية.

المستوى السادس: مستقبل الصحافة في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي، اتفقت البحوث العربية والأجنبية حول عدة توقعات بشأن ملامح مستقبل المؤسسات الصحفية مع تطبيق الذكاء الاصطناعي، ومنها: تزايد الاستثمار في التعلم التقني، وإنشاء كليات وأقسام متخصصة في الصحافة الآلية، وتزايد الثقة بالمحتوى الآلي.

وأكدت كلا من البحوث العربية والأجنبية على أنه لا يمكن الاستغناء عن العنصر البشري "المدرّب جيداً" للعمل مع الآلة نظراً لحاجة الذكاء الاصطناعي للمدخلات البشرية، حيث يتوجب على الصحفيين المدربين أن يتحققوا من صحة المواد التي أعددتها الروبوتات، وأن يقوموا بتفسيرها وربطها بسياقاتها المتعددة، فضلاً عن صعوبة برمجة الأسلوب القصصي بما يعني مواصلة الصحفيين لكتابة المواد الصحفية ذات المعنى.

استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة: المحور الثاني: الأطر النظرية التي وظفتها بحوث

توصلت الدراسة التحليلية إلى اهتمام عينة الدراسة باستخدام إطار نظري بنسبة 100%. وكانت الأبحاث المنشورة باللغة العربية الأكثر توظيفاً لأكثر من إطار نظري في البحث الواحد بنسبة 76.2% من إجمالي البحوث العربية، مقارنة بالأبحاث المنشورة باللغة الإنجليزية والتي غلب عليها استخدام إطار نظري واحد بنسبة 96%، كما يظهر من خلال الرسم البياني التالي:



رسم بياني (3) توظيف أكثر من إطار نظري في البحث الواحد محل الدراسة
ويعد استخدام أكثر من إطار نظري واحد في الأبحاث العربية من الأمور الإيجابية، حيث تعطي نظرة تكاملية لدراسة الظاهرة الإعلامية، وأظهرت الدراسات التحليلية اهتماماً بجملة من المداخل والنظريات، وذلك على النحو التالي:

جدول (16) الأطر النظرية للدراسات التي تناولت توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة

الإجمالي		لغة الأبحاث				في الاصطناعي الذكاء توظيف الأطر النظرية للدراسات التي تناولت الصحافة
		باللغة الإنجليزية		باللغة العربية		
%	ك	%	ك	%	ك	
52.5	62	47.4	46	76.2	16	نظرية انتشار المبتكرات The Diffusion Of Innovations Theory
18.6	22	21.7	21	4.8	1	مدخل تحليل النظم System Analysis Approach
9.3	11	9.3	9		2	نموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model
5.1	6	5.2	5	4.8	1	نظرية نشر الأفكار المستحدثة
2.5	3	2.1	2	4.8	1	نظرية تطور وسائل الإعلام Media Evolution Theory
1.7	2	2.1	2	9.5	-	نظرية السلطة المعرفية The cognitive authority theory
1.7	2	2.1	2		-	نموذج البوابة الرقمية digital gatekeeping model
1.7	2	2.1	2		-	مدخل صحافة الجودة quality journalism
1.7	2	2.1	2	-	-	نظرية الإدارة الاستراتيجية Strategic Management Theory
1.7	2	2.1	2	-	-	نظرية التطوير التنظيمي Organizational Development Theory
1.7	2	2.1	2	-	-	نظرية الحتمية التكنولوجية Technological Determinism Theory
.85	1	1.03	1	-	-	نظرية تطور وسائل الإعلام Media Evolution Theory
.85	1	1.03	1	-	-	نظرية السلوك المبرر
100	118	100	97	100	21	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن أغلب الأبحاث محل الدراسة استخدمت ثلاثة أطر نظرية بشكل مكثف، وهي: نظرية انتشار المبتكرات Theory Diffusion of Innovation، ومدخل الذكاء الاصطناعي بالصناعة الإعلامي Artificial Intelligence In The Media Industry، ونموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model (TAM)، وبفارق واضح تم استخدام المداخل والأطر النظرية الأخرى، فمنها من ظهر لمرة واحدة، أو على الأكثر مرتان، وتتناول الباحثة الأطر النظرية الأكثر شيوعاً بشئ من التفصيل، وذلك على النحو التالي:

نظرية انتشار المبتكرات: طورها "Rogers & Shoemaker" 1962م؛ حيث أن قبول وانتشار الأفكار المستحدثة يتوقف على عدة خصائص، أهمها: الميزة النسبية أي الفائدة التي تعود على متبني الفكرة، ودرجة ملائمة الفكرة مع القيم السائدة لدى من يتبنونها، ودرجة تعقيد أو وضوح الفكرة المستحدثة عند التجربة، فضلاً عن مدى قابليتها للتداول.

وتهدف نظرية انتشار المبتكرات لدراسة الإشكاليات المتعلقة بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة؛ حيث أشار روجرز وشوميكير إلى قيام الأفراد باتخاذ قرار تبني أو رفض المستحدث من خلال المرور بخمس مراحل، هي: الأولى: معرفة المبتكر ووظائفه وكيفية استخدامه، والثانية: الاقتناع بالتبني أو التجاهل، والمرحلة الثالثة: اتخاذ قرار إما بتبني أو رفض المبتكر، والمرحلة الرابعة: التثبيت بتدعيم قراره حول الابتكار، والخامسة: العواقب وتمثل الاستمرار في التبني أم التوقف.

ويبحث مدخل تحليل النظم System Analysis Approach في بناء السيناريو المستقبلي للصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، ويفيد تحليل النظم الإعلامية في تقسيم النظام المعقد في تركيبه إلى مكوناته الرئيسية بأسلوب منطقي، ويتم توظيف مدخل تحليل النظم عادة لتقييم أداء نظامها من خلال دراسة العلاقة بين العناصر المكونة للنظام بعضها ببعض، وبصفة خاصة علاقتها بالمنتج النهائي للنظام.

ويعد نموذج قبول التكنولوجيا من أكثر النماذج تطبيقًا في مجال انتشار التكنولوجيا الجديدة؛ حيث قدم "Davis" لأول مرة نموذجًا لدراسة تقبل التكنولوجيا عام 1986 وأسماه "نموذج تقبل التكنولوجيا" Technology Acceptance Model والمعروف اختصارًا بنموذج TAM حيث يفترض النموذج بأن تقبل أي تكنولوجيا معينة يركز على عاملين رئيسيين هما الفائدة المتوقعة PU Usefulness Perceived، والتي يقصد بها "الدرجة التي يعتقد الشخص أن استخدامه لنظام معين سيساعده على تحسين أدائه الوظيفي" وسهولة الاستخدام المتوقعة (PEU Use of Ease Perceived).

ويهدف النموذج إلى تفسير سلوك المستخدم تجاه نظم المعلومات، ويساهم في التعرف على الأسباب التي تدفع الصحفيين والقائمين على إدارة المؤسسات الصحفية إلى استخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، بالإضافة إلى التعرف على العلاقة بين سهولة استخدام هذه التكنولوجيا الحديثة وإدراكهم للمنفعة الوظيفية التي تحققها، ودور ذلك في اتخاذ قرار تبني العمل بها في جميع مراحل إنتاج المحتوى الصحفي، كما يعتبر النموذج مدخلا نظريا مناسباً لفهم تقبل الجمهور لاستخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة.

المحور الثالث: الأطر المنهجية المستخدمة في بحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة عينة الدراسة:

هدفت الدراسة التحليلية إلى رصد وتحليل الأطر المنهجية بين البحوث العربية والأجنبية التي تناولت استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة من خلال التعرف على كل من: نوع الأبحاث المتعلقة باستخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، والمناهج البحثية المستخدمة في أبحاث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، وأساليب جمع البيانات في أبحاث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، والمجتمعات التي أجريت في سياقها بحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، وذلك على النحو التالي:

أ- نوع الأبحاث المتعلقة باستخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة عينة الدراسة: اتضح من الدراسة التحليلية أن أغلب الأبحاث المتعلقة باستخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة جاء على المستوى الاستكشافي؛ خاصة في الأبحاث المنشورة باللغة الإنجليزية بنسبة بلغت 65%، بينما أبرزت الدراسة التحليلية اتجاه الأبحاث المنشورة باللغة العربية لاستخدام الأبحاث الوصفية التحليلية بنسبة بلغت 85.7%، وهو ما توضحه بيانات الجدول التالي:

في الصحافة الاصطناعي الذكاء توظيف جدول (17) نوع الدراسات التي تناولت

الإجمالي		لغة الأبحاث				نوع البحث
		أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية		
%	ك	%	ك	%	ك	
55.9	66	65	63	14,3	3	بحث استكشافي
44.1	52	35	34	85.7	18	بحث وصفي/ تحليلي
100	118	100	97	100	21	الإجمالي

يشير الجدول السابق إلى تميز الأبحاث الأجنبية عن مثيلتها العربية في نمط البحوث الاستكشافية، وهو الاتجاه الذي لا نجد كثيرا في المدرسة العربية فيما يتعلق بدراسة

باستخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة؛ حيث تتجه البحوث العربية لتحليل ظاهرة تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الصحافة، والبحث في المشكلات والتحديات التي تواجهها، ويتضح وجود اتجاه لدى الباحثين بتتبع هذه الظاهرة والتأصيل لها. وفي إطار الدراسات الاستكشافية تنوعت البحوث محل الدراسة لتحليل اختلاف إدراكات القراء لجودة الصحافة المكتوبة أليا مقارنة بالبشرية وفقا لطبيعة المحتوى، ومصداقية الرسالة، وعينت الدراسات المستقبلية باستشراف مستقبل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة.

ب- المناهج البحثية في أبحاث توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة عينة الدراسة:

توصلت الدراسة التحليلية إلى اتجاه الأبحاث عينة الدراسة لاستخدام أكثر من منهج بحثي واحد بنسبة بلغت 48.3%، وكانت الأبحاث المنشورة باللغة العربية كانت الأكثر استخداما لمنهجين 62%، مقارنة بالأبحاث المنشورة باللغة الإنجليزية 45.4%، وتوضح بيانات الجدول التالي المناهج البحثية المستخدمة في عينة الدراسة:

في الصحافة الاصطناعي الذكاء جدول (18) المناهج البحثية في دراسات توظيف

الإجمالي	لغة الأبحاث				المنهج البحثي	
	أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية			
%	ك	%	ك	%	ك	
36.4	43	26.8	26	81	17	منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية
7.6	9	8.2	8	4.8	1	الحالة دراسة منهج
56	66	65	63	14.2	3	التجريبي المنهج
100	118	100	97	100	21	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع استخدام المنهج التجريبي 66%، خاصة في الدراسات الأجنبية بنسبة بلغت 65%، نظرا لأهميته وإعطاء فهم أعمق للظاهرة، خاصة لقياس التأثيرات المعرفية والإدراكية للصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي على الجمهور.

وتظهر بيانات الجدول أنه من أكثر المناهج البحثية المستخدمة منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية، وتم استخدامها عبر ثلاثة مستويات، هي: موضوعات الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، ومستوى: صحفيي الذكاء الاصطناعي، ومستوى: الجمهور وكذلك طلاب الإعلام. ويعد منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية من أكثر المناهج البحثية الملائمة للدراسات الوصفية / التشخيصية، ويشير ارتفاع استخدامها في الأبحاث عينة الدراسة إلى غلبة الاتجاه الوصفي سواء الكمي أو الكيفي على اتجاه الدراسات العربية بشكل عام.

أما منهج دراسة الحالة فوظفته على نحو كبير الدراسات التي اهتمت بتدريس الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الجامعات؛ حيث عرضت نماذج تطبيقية لبرامج تدريبية عملية وتم قياس نتائجها.

ج- أدوات جمع البيانات في أبحاث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة عينة الدراسة: اتضح من الدراسة التحليلية اتجاه كل من الأبحاث العربية والأبحاث الأجنبية للاعتماد على استخدام أداة واحدة فقط لجمع البيانات، الأمر الذي يشير إلى افتقاد معظم النتائج للعمق الكافي والتحقق العلمي المطلوب، وهو ما يتضح من خلال الجدول التالي:

جدول (19) أدوات جمع البيانات في دراسات توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة

الإجمالي		لغة الأبحاث				أدوات جمع البيانات
		أبحاث باللغة الإنجليزية		أبحاث باللغة العربية		
%	ك	%	ك	%	ك	
31.4	37	26.8	26	52.4	11	الاستبيانات
33.9	40	35.1	34	28.6	6	المقابلات وجماعات النقاش المركزة
6.8	8	5.6	5	14.2	3	المحتوى تحليل
28	33	32.9	32	4.8	1	الملاحظة
100	118	100	97	100	21	

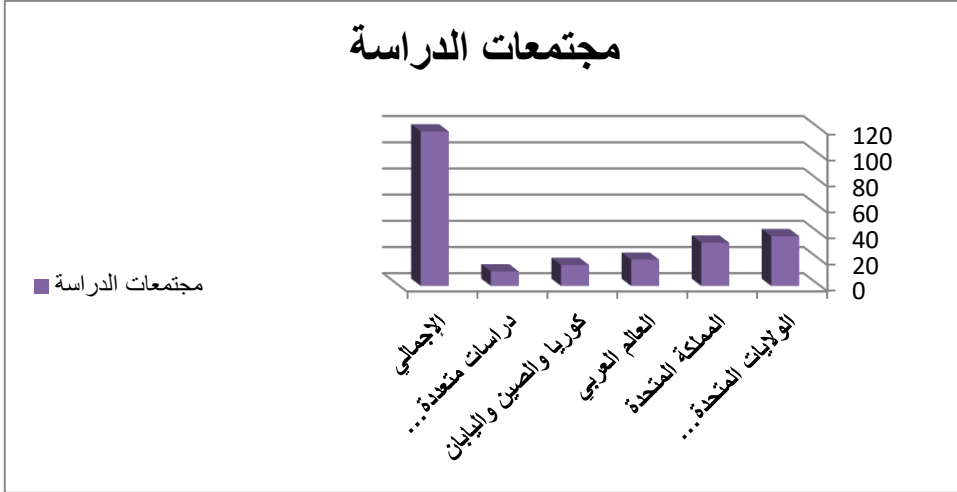
كما تبين من الدراسة التحليلية وجود اتجاه نحو الجمع بين الأساليب الكمية والكيفية في كل من الأبحاث المنشورة باللغة العربية وتلك المنشورة باللغة الإنجليزية، ويلاحظ أن الأسلوب الكيفي المستخدم في الأبحاث المنشورة باللغة العربية كان يهدف إلى تفسير النتائج الكمية وليس كأسلوب قائم بذاته في التحليل، فالأساليب الكيفية جاءت في المرتبة الأخيرة بعد الأساليب الكمية في البحوث العربية، مما يدل على أن المدرسة العربية مازالت بحاجة لأخذ خطوات علمية في الاستعانة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة.

كما خلصت الدراسة التحليلية إلى اعتماد كل من الأبحاث المنشورة باللغة العربية وتلك المنشورة باللغة الإنجليزية في دراسة استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة على إجراء دراسات مسحية ميدانية على الصحفيين والجمهور وطلاب الإعلام بنسبة بلغت (65.4%) . كما اتضح من الدراسة التحليلية تميز الأبحاث المنشورة باللغة الإنجليزية مقارنة بالأبحاث المنشورة باللغة العربية في استخدام أدوات جمع البيانات الأولية؛ حيث ارتفع استخدام الأبحاث الإنجليزية للاستبيانات واستمارات المقابلة المتعمقة بنسبة بلغت (61.9%) .

د- المجتمعات التي أجريت في سياقها البحوث عينة الدراسة:

بالنسبة للمجتمعات التي أجريت في سياقها الدراسات التي خضعت للتحليل، تشير النتائج إلى أن أمريكا والمملكة المتحدة معاً تحظيان بأغلب عدد الدراسات (81 دراسة من إجمالي 118)، وهذا يرجع لانتشار استخدام الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في كل منهما، كما

أن كل الدراسات التي تنتمي لفئة الدراسات متعددة المجتمعات كان من بين هذه المجتمعات أمريكا والمملكة المتحدة؛ فيما عدا دراسة (عبد الحميد، 2020)، والتي قارنت بين طلاب الإعلام في مصر والإمارات وتقبلهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي، وهو ما يشير إليه الرسم البياني التالي:



رسم بياني (4)

الدراسة البحوث عينة سياقها في أجريت التي المجتمعات

وفي سياق الدراسات العربية تم إجراء 18 دراسة في مصر من إجمالي 21 دراسة حول استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، مع وجود دراسة مشتركة بين مصر والإمارات (عبد الحميد، 2020)، أما الدراسات الأخرتان فكانتا في العراق والجزائر. وبلغ عدد الدراسات الآسيوية التي تناولت استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة (16) دراسة، وتم إجراء أغلب الدراسات في كوريا (8) دراسات، ثم في الصين (6) دراسات، وأخيراً تم إجراء دراستين في اليابان.

وفي ظل التطور الهائل لصحافة الذكاء الاصطناعي، يبدو أن البحوث العربية في هذا المجال لازالت بعيدة عن المواكبة؛ إذ ليست هناك بعد تجارب حقيقية للصحافة العربية في استخدام الذكاء الاصطناعي يمكن الحديث عنها، ولكي تلحق الصحافة العربية بالركب عليها استيفاء بعض العوامل، أبرزها: الإيمان بأهمية الصحافة في إدارة الدولة الحديثة المواكبة لثورة الرقمنة، والذي ينعكس في تمكين الصحافة من الوصول إلى المعلومات بكافة الطرق، والحيلولة دون انهيار المؤسسات الصحفية لحساب شبكات التواصل الاجتماعي، واستقطاب المؤسسات الصحفية العربية للموارد البشرية المختصة في الذكاء الاصطناعي؛ حتى تطور ما يلزمها من تطبيقات متناغمة مع خصوصية البيئة الصحفية العربية.

مقترحات الدراسة:

هناك عدة إعتبارات ينبغي الاهتمام بها بغية تطوير دراسات وبحوث الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في العالم العربي وذلك في ضوء الدراسات التي تم مناقشتها، ومن

- خلال الجوانب المعرفية والمنهجية والنظرية، وأهم الاتجاهات البحثية التي تم رصدها في إطار هذه الدراسات، وذلك على النحو التالي:
- على مستوى أجندة الموضوعات البحثية، تقترح الباحثة:**
- إجراء دراسات أكثر لرصد وتوصيف حالة الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الدول العربية والتعرف على المزايا والفرص التي تتيحها الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى التحديات التي تواجهها الدول العربية عبر سياقات مجتمعية متقاربة ومتمايزة.
 - التوجه نحو إجراء المزيد من الدراسات العربية المتعلقة بقياس تأثيرات الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي على إدراك القراء للموضوعات المدعومة بهذه التقنيات مقارنة بالمحتوى التقليدي.
 - إجراء دراسات للكشف عن المعارف والمهارات اللازمة لتطوير ممارسة الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحف العربية، والكشف عن مدى استعداد المؤسسات الصحفية للتوسع في تبني هذا النمط من الصحافة، وتحديد المشكلات والعقبات التي تواجهها.
 - دراسة القائم بالاتصال ومدى تفهمه للقواعد الأخلاقية المتصلة بممارسة الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في ظل النسق القيمي للمجتمعات العربية.
 - إجراء دراسات للتعرف على إمكانية وكيفية تدريس الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الجامعات المصرية والعربية، ورصد التحديات والعقبات التي يمكن أن تواجه التدريب عليها، وإعداد نماذج مقترحة للتدريب من قبل المتخصصين في الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- وعلى مستوى الأطر النظرية، تقترح الباحثة:**
- دراسة موضوعات الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي من الناحية الاقتصادية للمؤسسات الصحفية عبر تقديم محتوى تنافسي، وبالتالي يمكن أن تمثل مصدرا للإيرادات.
 - وهنا يمكن التوسع أكثر في توظيف نظريات: الإدارة الاستراتيجية، والتطوير التنظيمي، وتطور وسائل الإعلام، ومدخل صحافة الجودة، وذلك للربط بين إدارة المؤسسات الصحفية والاستعانة بتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ خاصة بالنسبة للمؤسسات الصحفية في الدول العربية والتي تعمل وفق نظم إدارية مختلفة، بالإضافة إلى التوسع في استخدام بعض النظريات أو المداخل النظرية التي وظفتها بعض الدراسات السابقة.
- أما على مستوى الأطر المنهجية، تقترح الباحثة:**
- استخدام المنهج التكاملي، بأن تكون دراسة الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في إطار تكاملي يأخذ في الحسبان القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية والمضمون والجمهور والسياق المجتمعي، وهو منهج يقوم على الجمع بين عدد من المناهج والأدوات والأساليب البحثية مما يمكن من التعمق في التفسير والتحليل.
 - المزوجة بين استخدام الدراسات الكمية والدراسات الكيفية، وهو ما يعرف بتعدد الأساليب في البحث، لفهم الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بطريقة أكثر شمولاً من خلال استخدام كل من: الأساليب الكمية، والأساليب الكيفية التي تفيد في الحصول على بيانات أكثر ثراء عن الاختلافات المرصودة في الدراسات الكمية.

- استخدام المنهج الاثنوجرافي لدراسة عناصر البيئة المهنية (والقيم المهنية) لممارسات الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، وذلك للاقتراب من ثقافة العمل داخلها، والكشف عن الأسباب الكامنة خلف القرارات المهنية والأخلاقية.
- الاهتمام بالدراسات التجريبية لتقييم تأثيرات الموضوعات الصحفية المدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- توظيف مجموعة من الأدوات التي ندر اهتمام الدراسات السابقة العربية بتوظيفها، مثل: أداة جماعات النقاش المركزة مع أساتذة الصحافة ومدربي الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي والصحفيين؛ لما توفره هذه الأداة من أبعاد عميقة في التحليل والحصول على بيانات كيفية، ويمكن أيضاً الاعتماد على أكثر من أداة لجمع البيانات في أبحاث الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي والتكامل بين هذه الأدوات.
- وعلى مستوى التدريس والتدريب، تقترح الباحثة :**
- وجود مقرر خاص بالصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات المصرية والعربية، والاستعانة بمدربين مؤهلين لتدريب الطلاب عليه، وكذلك الاستعانة بالخبرات من التخصصات الأخرى داخل الجامعات لتدريس الأجزاء المتعلقة بآليات وتقنيات الذكاء الاصطناعي، وينتج الطلاب في نهاية المقرر مشروعات خاصة بالصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- وبالنسبة للصحفيين في المؤسسات الصحفية، تقترح الباحثة عقد دورات تدريبية متعلقة بالصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي تتضمن المهارات الأساسية ومراحل وخطوات العمل في الموضوعات المدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- إنشاء دليل أخلاقي عند تصميم واستخدام برامج الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية، لحماية حرية وخصوصية استخدام البيانات.

مراجع الدراسة:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

- الخولي، سحر. (2020). اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي. ع72. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. ص101-173.
- الداغر، مجدي. (2021). اتجاهات النخبة نحو توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الإلكترونية وانعكاساته على دعم وتعزيز الأمن السيبراني في مصر. ع33. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*. ص4-110.
- بدوي، محمد. (2021). آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي. ع 75. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. ص-120-470.
- بريك، أيمن. (٢٠٢٠). اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAUT. م 53. جامعة الأزهر: *مجلة البحوث الإعلامية*. ص447-526.

- حسناوي، مهديّة، وسقوالي، مونية. (2016). الصحافة الآلية وتقنيات تحرير الأخبار في الإعلام. رسالة دكتوراة. الجزائر: جامعة 8 مايو، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- خطاب، أمل. (2021). استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية. م 22. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**. ص 93-154.
- درويش، وفاء. (٢٠٢١). توظيف صحافة البيانات في التغطيات الصحفية الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها بتطور تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات: دراسة على القائم بالاتصال. م 56. جامعة الأزهر: كلية الإعلام، **مجلة البحوث الإعلامية**. ص 1701-1750.
- رمضان، أحمد. (2020). تكاملية الوسائل لنشر المحتوى في الصحف المصرية: دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي. ج 1. جامعة الأزهر: كلية الإعلام، **مجلة البحوث الإعلامية**.
- رمضان، محمود. (2021). تبني المؤسسات الصحفية المصرية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية. ع 3. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. ص 1-68.
- سالم، دعاء. (2021) فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب الإعلام التربوي: الفيس بوك نموذجا. ع 3. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. ص 1-61.
- شرقي، فاطنة. (2018). أثر التكنولوجيا في إنتاج المعلومة في مضمون الصحافة المكتوبة. **مجلة مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية**. العراق. ص 74-87.
- عبد الباقي، عيسى، وعبد الفتاح، أحمد. (2020). اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية. ع 1. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. ص 1-66.
- عبد الحميد، عمرو. (2020). تقبل طلاب الإعلام في مصر والإمارات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي. ع 2. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. ص 341-409.
- عبد الحميد، عمرو. (2020). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري. م 55. **مجلة البحوث الإعلامية**. ص 2797-2860.
- عبد الفتاح، فاطمة الزهراء. (2015). أثر التحولات التكنولوجية في إنتاج وتقديم المضمون في الصحافة المصرية في إطار تعدد المنصات الإعلامية: دراسة الاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول. رسالة دكتوراة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة.
- عبد المجيد، أحمد. (2021). مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم في الفترة من 2021 حتى 2030: دراسة استشرافية. ع 3. جامعة الأزهر: كلية الإعلام، **مجلة البحوث الإعلامية**. ص 1397-1458.
- عبد المهدي، هند. (2022). مدى تقبل الصحفيين لاستخدام الطائرات بدون طيار Drones بمجال الصحافة وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي: دراسة استطلاعية في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا. ع 1. جامعة الأزهر: كلية الإعلام، **مجلة البحوث الإعلامية**. ص 303-364.
- عبد المهدي، هند. (2021). دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أثناء الأزمات والكوارث: دراسة استشرافية. م 56. جامعة الأزهر: كلية الإعلام، **مجلة البحوث الإعلامية**. ص 1700-1651.
- عطية، بسنت. (2019). مدى تقبل الإعلاميين لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام؛ دراسة استطلاعية على القائمين بالاتصال في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا. ع أبريل. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، **المؤتمر العلمي الدولي الخامس والعشرون**.

- عطية، مروة. (2020). تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقديم القصص الخبرية على تجربة الاستغراق في الواقع الافتراضي لدى المتلقين. ع 30. مجلة **Arab Media & Society**.
- مصطفى، أسماء. (2021). مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي: صحافة الروبوت نموذجا. ع 58. جامعة الأزهر: كلية الإعلام، مجلة البحوث الإعلامية. ص 1673-1702.

ثانيا: المراجع باللغة الإنجليزية:

- Abdel Razzaq, D. (2014). Distinguishing Nominal And Verbal Arabic Sentences: A Machine Learning Approach . **PhD**. Dissertations & Theses Global. Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/distinguishing-nominal-verbal-arabic-sentences/docview/2570564677/se-2?accountid=178282>
- Abelson, B., & et al. (2019). NewsLynx: A Tool for Newsroom Impact Measurement. **Columbia Journalism Review**. Retrieved from https://www.cjr.org/tow_center_reports/newslynx_a_tool_for_newsroom_impact_measurement.php.
- Abozinadah, E. (2017). Detecting Abusive Arabic Language Twitter Accounts Using A Multidimensional Analysis Model. **PhD**. ProQuest Dissertations & Theses Global. Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/detecting-abusive-arabic-language-twitter/docview/2019656696/se-2?accountid=178282>
- Affelt, A. (2022). Local Isn't What It Used To Be: Finding Community News In The Algorithmic Era. Retrieved From: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=144675148&site=ehost-live>.
- Alexander, F. (2017). Putting Europe's Robots on the Map: Automated journalism in news agencies Reuters Institute Fellowship. **Paper University of Oxford**. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017>.
- Ali, W., & Hassoun, M. (2019). AI and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities. Vol 3. Issue 1. **International Journal of Media, Journalism and Mass Communications**. Pp 40-49.
- Aljazairi, S. (2016). Robot Journalism: Threat Or An Opportunity. **PhD**. Örebro University: School of Humanities. Pp.25-27.
- Alzahrani, A. (2016). Newsroom Convergence in Saudi Press organizations: A qualitative study into four newsrooms of traditional newspapers. **PhD**. University of Sheffield.
- Andreas, N., Charalampos, D., Kalliris, G., & Veglis, A. (2017). Drone Journalism: Generating Immersive Experiences. Vol.3. **Journal of Media Critiques**.

- Ashraful, G., & Tabassum, M. (2019). (AI) in Journalism: Is Bangladesh Ready for it? A Study on Journalism Students in Bangladesh. Vol 6. Issue 4. **Journal of Mass Media and Communications**. Pp 209-228.
- Beckett, C. (2019). New Powers, new responsibilities: A Global survey of journalism and artificial intelligence. London School Of Economics And Political Science. **journalism AI Report**. Pp. 89-91.
- Bronwyn, J., & Jones,R (2019). Public Service Chatbots: Automating Conversation With BBC News. **Digital Journalism** 7.8. Pp 1032-1053.
- Broussard, M. (2014). Artificial Intelligence For Investigating Reporting. University of Maryland: **Journal Of Digital Journalism**.
- Buschow, C., Suhr, M., & Serger, H. (2022). Media work as field advancement: The case of science media center Germany. **Media and Communication**, 10(1), 99-109.
Doi:<http://dx.Doi.org/10.17645/mac.v10i1.4454>
- Clerwall, C. (2014). Enter the robot journalist. Vol 8. No 5. **Journal of Journalism Practice**. Pp 519-531.
- Colorado, D. (2020). The Neutral: Unbiased News From Journalists. **PhD**. Powered By A.I. Nasdaq Omx's News Release Distribution Channel. Retrieved From <https://Www.Proquest.Com/Wire-Feeds/Neutral-Unbiased-News-Journalists-Powered-I/Docview/2399072973/Se-2?Accountid=178282>
- Dalen, A. (2012). The Algorithms Behind The Headlines. Vol 6. No 5. **Journal of Journalism Practice**. Pp 648-658.
- Diakopoulos, N. (2019). Artificial Intelligence and Journalism. Vol. 96. **Journalism & Mass Communication Quarterly**.Pp 673-695.
- Diakopoulos, N. (2019). Artificial Intelligence-Enhanced Journalism Offers A Glimpse Of The Future Of The Knowledge Economy. **PhD**. Retrieved From <http://theconversation.com/artificieal-intelligence-enhanced-journalism-offersaglimpse-of-the-future-of-the-knowledge-economy-1177208>
- Edson C., et al. (2020). Man vs. Machine? The Impact of Algorithm Authorship on News Credibility. Vol 8. Issue 4. **Digital Journalism**. Pp 548-562.
- Feyyaz, F. (2019). Robot Journalism Practice of Journalism Newsrooms. **The International Encyclopedia of Journalism Studies**. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/9781118841570.iejs0243#accessDenialLayout>
- Ford, H., & Hutchinson,J. (2019). Newsbots that mediate journalist and audience relationships. **Digital Journalism** 7.8. Pp 1013-1031.
- Indrati, F., & et al. (2018). Challenges to Mass Media Posed by Convergence in the Indonesian Context. Vol 16. No, 31. **Global Media Journal**, Pp1-13 .
- Galilee, Y. (2018). Artificial Intelligence And Sports Journalism. Technology in Society. **PhD**. Retrieved From

- https://www.researchgate.net/publication/323826816_Artificial_intelligence_and_sports_journalism_Is_it_a_sweeping_change
- Georgieff, A., & Hye, R. (2021). Artificial intelligence and employment: New cross-country evidence. Paris: **Organisation for Economic Cooperation and Development** (OECD).
Doi:<http://dx.Doi.org/10.1787/c2c1d276-en>
 - Giannakoulopoulos, A., Pergantis, M., Konstantinou, N., Kouretsis, A., Lamprogeorgos, A., & Varlamis, I. (2022). Estimation on the importance of semantic web integration for art and culture related online media outlets. **Future Internet**, 14(2), 36.
Doi:<http://dx.Doi.org/10.3390/fi14020036>
 - Graefe, A. (2018). Readers' perception of computer-generated news. Credibility, expertise, and readability. **Digital Journalism** 7.8. Pp 1-16.
 - Graefe, A. (2016). Guide to Automated journalism, Columbia: **Digital Journalism**. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/289529155_Guide_to_Automated_Journal.
 - Hannaford, L. (2019). Computational Journalism in the UK Newsroom: Hybrids or Specialists?. **Journalism Education** 4.1. Retrieved from [https://e-space.mmu.ac.uk/575953/1/ Article Computational Journalism.pdf](https://e-space.mmu.ac.uk/575953/1/Article%20Computational%20Journalism.pdf)
 - Hansen, M., Meritxell, R., & Keegan, J. (2017). Artificial Intelligence: Practice and Implications for Journalism. Columbia Journalism School: **Tow Center for Digital Journalism**.
 - Heng, G. (2018). Artificial Intelligence In Media Industries: Creating Better User Experiences And Maintaining High Customer. **PhD**. ProQuest Dissertations & Theses Global. Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/artificial-intelligence-media-industries-creating/docview/2058066191/se-2?accountid=178282>
 - Huang, L. (2022). Application research of manuscript writing robot based upon laser sensor in news dissemination field. **Wireless Communications & Mobile Computing** (Online), 2022 Doi:<http://dx.Doi.org/10.1155/2022/4372527>
 - Hye, H., & Hyun, J. (2019). Utilizing Bots For Sustainable News Business: Understanding Users' Perspectives Of News Bots In The Age Of Social Media Sustainability. Vol 14. Issue 8. **Journal of Journalism Practice**.
 - Jones, V. (2020). Artificial Intelligence Enabled Deepfake Technology: The Emergence Of A New Threat. **PhD**. ProQuest Dissertations & Theses Global. Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/artificial-intelligence-enabled-deepfake/docview/2406660472/se-2?accountid=178282>
 - Jung, J., et al. (2017). Intrusion Of Software Robots Into Journalism: The Public's And Journalists' Perceptions Of News Written By Algorithms And

- Human Journalists. vol 71. **Journal of Computers in Human Behavior**. Pp 291-298.
- Kaa, V., & Krahmer, E. (2014). Journalist Versus News Consumer: The Perceived Credibility Of Machine Written News. USA: York University, **Future Computation+Journalism conference**.
 - Karlsen, J., & Stavelin, E. (2017). Computational Journalism in Norwegian Newsrooms. **Journalisn Practice**, 8.1. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.813190>
 - Kim, D., & Kim, S. (2021). A Model For User Acceptance Of Robot Journalism: Influence Of Positive Disconfirmation And Uncertainty Avoidance. **PhD** Theses. Korea University: School of Media Communication.
 - Kim, D., & Kim, S. (2017). Newspaper Companies' Determinants In Adopting Robot Journalism, Vol 117. **Technological Forecasting and Social Change Journal**. Pp 184-195.
 - Kim, J. (2020) Can AI be a content generator? Effects of Content Generators And Information Delivery Methods On The Psychology Of Content Consumers. Vol 55 **Telematics and Informatics**.
 - Kirn, S. (2022). Uncovering information operations on twitter using natural language processing and the dynamic wavelet fingerprint. **PhD**. (Order No. 28774693). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2630933194). Doi <https://www.proquest.com/dissertations-theses/uncovering-information-operations-on-twitter/docview/2630933194/se-2?accountid=178282>
 - Lee, J., & Hamilton, J. T. (2022). Anchoring in the past, tweeting from the present: Cognitive bias in journalists' word choices. **PLoS One**, 17(3) Doi:<http://dx.Doi.org/10.1371/journal.pone.0263730>
 - Lemelshtrich, N. (2015). The Robot Journalist in the Age of Social Physics: The End of Human Journalism?, **PhD**. IDC Herzliya: School of Communications.
 - Leppänen, L., Tuulonen, H.,& Heikel, S. (2020) Automated Journalism And A Diagnostic Device For Bias In Reporting. Vol, 8. Issue, 3. **Media and Communication**. Pp 39–49.
 - Leppanen, L., & et al. (2017). Data-Driven News Generation for Automated Journalism. **PhD**. Finland: University of Helsinki, Department of Computer Science. Retrieved from https://eventos.citius.usc.es/inlg2017/resources/final/40/40_Paper.pdf?fbclid=IwAR08u5kTd-GnJ9QTmdWqqU3RMuLG1_Gwp3mdwOxwzhL0jZCZX8t2594NX4c .
 - .Lewis, S., & et al. (2019). Automation, Journalism, and Human-Machine Communication: Rethinking Roles and Relationships of Humans and Machines in News. Vol 7. No 4. **Digital Journalism**. Pp 409-427 .

- Li, Z. (2022). Automatic production technology of data news based on machine learning model. **Wireless Communications & Mobile Computing** (Online), 2022 Doi:<http://dx.Doi.org/10.1155/2022/2783792>
- Lian, S., Mi, R., & Tang, R. (2022). Journalists' response and reporting of public emergencies in the era of artificial intelligence. **Applied Bionics and Biomechanics**, 2022 Doi:<http://dx.Doi.org/10.1155/2022/6574365>
- Lim, J. (2018). Automated Journalism a Home Run for Sports? On the effects of perceived authorship and text objectivity on receptivity toward machine - written sports news. proceeding of the **URECA@NTU**. Pp 1-10.
- Linden, c. (2017). Decades of Automation in the Newsroom: Why are there still so many jobs in journalism?. Vol 5. Issue 2. **Digital Journalism Journal**. Pp. 123-140.
- Liu, B., & Wei, L. (2019). Machine Authorship In Situ: Effect of news organization and news genre on news credibility. Vol 5. Issue 5. **Digital Journalism Journal**. Pp 635-657.
- Lokot, T., & Diakopoulos, N. (2015). News Bots Automating News And Information Dissemination On Twitter. University of Maryland: **Journal of Digital Journalism**. Retrieved From http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/07/newsbots_final.pdf?fbclid=IwAR0RLXDLdKujkTxqNEfwAxqs_21eiLrPkCG50IHtz-H2l8f3Kouq8O_t5bg
- Mansoori, A. (2017). Newsroom Convergence of Print and Online Media: A Study of the Gulf News and Alittihad in the UAE. **PhD**. United Arab Emirates university: College of Humanities and Social Sciences.
- Marconi, F. (2017). The Future of Augmented Journalism: A guide for newsrooms in the age of smart machines. Retrieved from https://insights.ap.org/uploads/images/the-future-of-augmented-journalism_ap-report.pdf .
- Matt, C. (2015). The Robotic Reporter: Automated Journalism And The Redefinition Of Labor, Compositional Forms, And Journalistic Authority. **Digital journalism** 3.3. Pp 416-431.
- McIntosh, S. (2022). Making the news: Exploring the intersection of news norms and curation on two collaborative journalism sites. **PhD**. (Order No. 28962890). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2634082495). Doi <https://www.proquest.com/dissertations-theses/making-news-exploring-intersection-norms-curation/docview/2634082495/se-2?accountid=178282>
- Milosavljević, M ., & et al. (2919). Human still in the loop: editors reconsider the ideals of professional journalism through automation. **Digital journalism** 7.8. Pp1098-1116.
- Miroshnicheko, A. (2016). Robo-Journalism:The Third Threat. USA: York University, **Future Communications Conference**. Retrieved From https://www.academia.edu/31429791/Robo-journalism_the_third_threat.

- Mishra, S. (2016). Media convergence: Indian journalists' perceptions of its challenges and implications, convergence. vol 22. issue 1. **The International Journal Of New Media Technologies** .Pp102 112.
- Mohamed, E. (2021). The challenges of integrating artificial intelligence applications and algorithms in the production of journalistic content. **Turkish Journal of Computer and Mathematics Education**, 12(14), 4307-4314. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/challenges-integrating-artificial-intelligence/docview/2623926390/se-2>
- Monti, M. (2018). Automated Journalism and Freedom of Information: Ethical and Juridical Problems Related to AI in the Press Field. Vol 1. No 1. **Opinion juris in Comparatione Studies in Comparative and National Law**. Pp.1-17.
- Moravec, V., Sido, J., & Ekštejn, K. (2020). The Robotic Reporter in The Czech News Agency: Automated Journalism and Augmentation in the Newsroom. Vol, 1. Issue, 1.Slovakia: **Scientific journal of the Faculty of Mass Media Communication at the University SS**.
- Nagarathinam, S. (2010). Robotic Journalism Of Google News Versus Human Editing In The Times Of India A Study On Gatekeeping Methods. **PhD**. Madurai Kamraj University. Pp 227 230.
- Nantheera, A., & Bull, D. (2022). Artificial intelligence in the creative industries: A review. **The Artificial Intelligence Review**. 55(1), 589-656. Doi:<http://dx.Doi.org/10.1007/s10462-021-10039-7>
- Maswadi, N. (2020). Attitudes of Jordanian Journalists Towards the Functional and Professional Dimensions of Robot Journalisin. **PhD**. Jordan: Media and Journalism, University of Petra.
- Miroshnichenko, A. (2018). AI to Bypass Creativity: Will Robots Replace Journalists? . **Journal of AI Information**. Vol, 9. No, 183, Pp.1-20.
- Niarchos, M., Marina, E. S., Dimoulas, C., Veglis, A., & Symeonidis, A. (2022). A semantic preprocessing framework for breaking news detection to support future drone journalism services. **Future Internet**, 14(1), 26. Doi:<http://dx.Doi.org/10.3390/fi14010026>
- Paschen, J. (2020). Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions. Vol 29 .Issue 2. **Journal of Product & Brand Management**. Pp 223:233.
- Pashevich, E. (2018). Automation of news production in Norway: Augmenting newsroom with artificial intelligence. **PhD**.University of OSLO: Faculty of Humanities, Department of Media & Communication.
- Pavlik, J. (2016). Cognitive Computing And Journalism: Implications Of Algorithms, Artificial Intelligence And Data For The News Media And Society.Vol 4. No 2. **Brazilian Journal of Technology**.

- Qiang, Y., Tao, X., Gou, X., Lang, Z., & Liu, H. (2022). Towards a bibliometric mapping of network public opinion studies. **Information**, 13(1), 17. Doi:<http://dx.Doi.org/10.3390/info13010017>
- Reyes-de-Cózar, S., Pérez-Escolar, M., & Navazo-Ostúa, P. (2022). Digital competencies for new journalistic work in media outlets: A systematic review. **Media and Communication**, 10(1), 27-42. Doi:<http://dx.Doi.org/10.17645/mac.v10i1.4439>
- Robinson, S. (2016) .Convergence Crises: News Work and News Space in the Digitally Transforming Newsroom. **Journal of Communication**. Retrieved from <https://doi.org/10.1111/j.1460>
- Rojas, J. (2019). Automated Sports Coverages: Case study of bot released by The Washington Post during Río 2016 and Pyeongchang 2018 Olympics. **Revista Latina de Comunicación Social**. Pp 1729 to 1747.
- Rubio, L. M. C., & Ruiz, M. J. U. (2021). Artificial intelligence and journalism: Systematic review of scientific production in web of science and scopus (2008-2019). **Communication & Society**, 34(2), 159-176,159A-176A. Retrieved from:<http://dx.Retrieved from.org/10.15581/003.34.2.159-176>
- Ruiz, U., José, M., & Sánchez, J. (2019). Algorithms And Bots Applied To Journalism. The Case Of Narrativa Inteligencia Artificial. Vol, 29. **Doxa Comunicación Journal**.
- Saad, S., & Talat, A. (2020). Integration Or Replacement: Journalism In The Era Of Artificial Intelligence And Robot Journalism. Vol 6. Issue 3. **International Journal of Media**. Pp.1-13.
- Santosh, K.(2020). Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane?. **Springer Nature Singapore**.
- Series, T. (2019). Artificial Intelligence Systems For Programme Production And Exchange. Retrieved from https://www.itu.int/dms_pub/itu r/opb/rep/R-REPBT.2447-2019-PDF-E.pdf .
- Shaina, R., & Chen, D. (2022). News recommender system: A review of recent progress, challenges, and opportunities. **The Artificial Intelligence Review**, 55(1), 749-800. Doi:<http://dx.Doi.org/10.1007/s10462-021-10043-x>
- Shin, S., & Sim, D. (2016). Implementation Of Algorithm To Write Articles By Stock Robot. Vol, 5. No, 4. **International Journal of Advanced Smart Convergence**. Pp 40-47.
- Sjøvaag, H., & Owren, T. (2021). The non-substitutability of local news?ORW1S34RfeSDcfkexd09rT2advertising and the decline of journalism's umbrella market model1RW1S34RfeSDcfkexd09rT2. **Nordicom Review**, 42(1), 1-14. Retrieved from:<http://dx.Retrieved from.org/10.2478/nor-2021-0001>

- Stein. C.(2019). The Future of the Newsroom in the Age of New Media:A Survey on Diffusion of Innovations in American Newsrooms. **PhD**. Regent University: School of Communication and the Arts. Pp48-58.
- Stray, J. (2019). Making Artificial Intelligence Work for Investigative Journalism. **Digital journalism**. Retrieved From: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2019.1630289>.
- Susan, L. (2020). Uncovering Gender Bias in Media Coverage of Politicians with Machine Learning. Ireland: University College Dublin **Conference on Artificial Intelligence**.
- Tameling, K., & Broersma, M. (2013). De-converging the newsroom: Strategies for newsroom change and their influence on journalism practice. Vol 75. No 1. **The International Communication Gazette**. Pp 19–34.
- Tatalovic, M. (2018). AI Writing Bots Are About To Revolutionise Science Journalism.Vol, 17. No, 1. **Journal of Science Communication**.
- Thurman, K., Dörr, K., & Kunert, J. (2017).When Reporters Get Hands-on with Robo-Writing Professionals consider automated journalism's capabilities and consequences. Vol 5, Issue 10. **Digital Journalism**. Pp1240-1259.
- Tong, S. (2019). The Influence of Media Use on Public Perceptions of Artificial Intelligence In China: Evidence from an Online Survey. **Journal of Robotics & Machine Learning**.
- Tosyalı, H., & Aytekin, C. (2020). Development of Robot Journalism Application: Tweets of News Content in the Turkish Language Shared by a Bot. Vol, 12. **Journal of Information Technology Management**. Pp 68-88.
- Trninić, D., Vukelić, A. K., & Bokan, J. (2022). Perception of “Fake news” and potentially manipulative content in digital Media—A generational approach. **Societies**, 12(1), 3. Doi:<http://dx.Doi.org/10.3390/soc12010003>
- Túnnez, M., Toural, C., & Valdiviezo, C. (2019). Automation bots and algorithms in newsmaking. vol, 74. **Impact And Quality Of Artificial Journalism**, Pp 1411 – 1433.
- Veglis, A., & Theodora A. (2019). Chatbots on the Rise: A New Narrative in Journalism, Vol. 7. No. 1. **Studies in Media and Communication**.
- Wei, B. (2017). Is the Robot Biased Against Me? An Investigation of Boundary Conditions for Reception of Robot as News Writer. Chicago: Chicago Marriott Downtown Magnificent Mile. **Paper presented at the annual meeting of the AEJMC**.
- Wölker, A., & Powell, E. (2018). Algorithms In The Newsroom? News Readers’ Perceived Credibility And Selection Of Automated Journalism. Retrieved From <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1464884918757072> .

- Wu, Y. (2020). Is Automated Journalistic Writing Less Biased?: An Experimental Test of Auto-Written and Human-Written News Stories. Vol 14. Issue 8. **Journal of Journalism Practice**. Pp1008-1028.
- Zhang, J., & Xiong, H. (2018). How Local Journalists Interpret And Evaluate Media Convergence: An Empirical Study Of Journalists From Four Press Groups In Fujian. Vol 80. No1. **International Communication Gazette**. Pp.87-115.

الاتجاهات الحديثة في تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم

إعداد

د. شيرين محمد أحمد أحمد عمر

أستاذ مساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام

كلية الآداب – جامعة عين شمس 2022

المستخلص :

تتناول هذه الدراسة بالتحليل والرصد مجموعة من البحوث العربية والأجنبية في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم ، وذلك بهدف رصد النتائج والتطورات العلمية القيمة في هذا المجال، في المدة الزمنية التي تتراوح ما بين (2008 إلى 2019).

تنتمي هذه الدراسة من حيث المنهج إلى دراسات تحليل المستوى الثاني Meta-Analysis، وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب «التحليل من المستوى الثاني Secondary Data Analysis لمراجعة التراث العلمي من البحوث والدراسات السابقة، سواء كانت عربية من حيث أطرها المنهجية، ومداخلها النظرية، ونتائجها في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم بأسلوب العينة العمدية باللغتين العربية والإنجليزية.

والتحليل من المستوى الثاني يساعد في الوصول لكميات كبيرة من البيانات في عدد كبير من البحوث والدراسات التي تعطي موضوعات كثيرة في مجال معين، وخلال مدة زمنية أكبر، عرضها عرضًا تحليليًا نقديًا للاتجاهات الحديثة، للوصول إلى رؤية مستقبلية لتطوير البحوث والدراسات العربية في المجال. وقد قامت الباحثة بالاعتماد على قواعد البيانات ومحاور الدراسة التي تم البحث من خلالها، وتتمثل في:

All academic و First Monday و Taylor and Francis online و Science direct و Semantic scholar و Microsoft Academic و Google scholar و Springer و The essay organization و IEEE (Advancing Technology for humanity) ودار المنظومة واتحاد مكنتبات الجامعات المصرية

وقامت الباحثة بتحليل 102 دراسة سابقة متعلقة بمجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم ، من بينها (27) دراسة عربية في مقابل (75) أجنبية. توصلت الباحثة إلى الرؤية المستقبلية وأجندة بحثية مقترحة لتطوير البحوث العربية في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية والتي تتعلق بالإشكاليات الخاصة ببحوث ودراسات تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية على مستوى العالم العربي. **الكلمات المفتاحية:** الاتجاهات الحديثة، تصميم الصحف ، الصحف المطبوعة ، الصحف الإلكترونية

تمهيد :

إن تصميم الصحف عملية معقدة؛ لأن الشكل يرتبط بالمضمون ارتباطاً وثيقاً، ففي حالة تحرير الصحف وتصميمها بشكل غير جذاب للقارئ لا تؤدي الغرض منها، والعكس صحيح؛ ولذا يجب الاهتمام بشكل ومضمون الصحف اهتماماً بالغاً؛ لأنها تعكس مكانة المؤسسة الصحفية، وتؤثر في صورتها الذهنية وفي ثقة القراء.

وتصميم الصحف عملية إبداعية تستند إلى مبادئ فنية ونفسية هدفها إنتاج صفحات جذابة للانتباه، ومؤثرة في سلوك المتلقي، ويختص فن تصميم الصحف وإخراجها بتقديمها على نحو مناسب للقارئ من ناحية، وكونها ملائمة للإمكانيات المادية للمؤسسة الصحفية من ناحية أخرى؛

ولذا فمن الضروري أن يكون لدى المصمم حس جمالي مرهف وثقافة فنية عالية حتى يمكنه توصيل رسالة إعلامية للقارئ بشكل جذاب وجميل ومفهوم في وقت واحد.

وتتعدد العناصر المكونة للإصدار الصحفي ما بين عناصر تيبوغرافية، والتي تضم العناوين والنصوص، والعناصر الجرافيكية، والتي تشمل الصور والألوان ووسائل فصل؛ بالإضافة إلى عناصر تكنولوجية بالنسبة للصحف الإلكترونية؛ ولذا فمن الضروري رصد ما توصلت إليه الدراسات السابقة والبحوث والأدبيات في مجال تصميم تلك العناصر، وإخراج الصحف سواء كانت مطبوعة أو إلكترونية محاولةً لتطوير البحوث العربية في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية، وهذا ما تحاول الدراسة الحالية القيام به.

ومما تقدم تحاول هذه الدراسة عرض البحوث والدراسات العربية والأجنبية عرضاً تحليلياً نقدياً للاتجاهات الحديثة في بحوث تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم، وتقسم الباحثة هذه الدراسة إلى ثلاثة أجزاء؛ يتناول الجزء الأول الإطار المنهجي للدراسة من حيث الموضوع والأهداف والعينة، والجزء الثاني يستعرض الاتجاهات الحديثة في البحوث التي تناولت بحوث تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم، وقد تم تقسيم هذه البحوث والدراسات إلى عدة محاور نظراً لصعوبة تناولها بشكل مستقل، وتتمثل هذه المحاور في الدراسات التي تناولت تصميم الصحف المطبوعة، الدراسات التي تناولت تصميم الصحف الإلكترونية، الدراسات التي تناولت رؤية مستقبلية لتصميم الصحف.

أما الجزء الثالث والأخير من هذه الدراسة فسوف يستعرض رؤية الباحثة المستقبلية لتطوير البحوث والدراسات العربية في هذا المجال.

أولاً: أهداف الدراسة وإطارها المنهجي:

3- موضوع الدراسة وأهدافها:

إن عملية تصميم عناصر الصحف وإخراجها ليس أمراً سهلاً؛ لأنه يحتاج إلى دراسات أكاديمية بجانب الخبرة المهنية، وقد زاد اهتمام الباحثين في الوقت الأخير بدراسات تصميم وإخراج الصحف المطبوعة والإلكترونية، ولأن السمة الرئيسة للبحوث العلمية هي تحديد مشكلة الدراسة تحديداً دقيقاً، فتتبلور مشكلة الدراسة الحالية في إلقاء الضوء على البحوث والدراسات السابقة ومراجعتها وتحليلها ونقدها في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم ، وصولاً لرؤية مستقبلية يمكن أن تساعد على تطوير علمي للبحوث والدراسات العربية في هذا المجال.

أهداف الدراسة:

تتناول هذه الدراسة بالتحليل والرصد مجموعة من البحوث العربية والأجنبية في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم ، وذلك بهدف رصد النتائج والتطورات العلمية القيمة في هذا المجال، في المدة الزمنية التي تتراوح ما بين (2008 إلى 2019)، ويندرج تحت هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية هي:

أ. رصد وتوصيف وتحليل أهم القضايا والإشكاليات البحثية المتصلة بدراسات تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية، والتي تم طرحها في التراث العلمي العربي والأجنبي.

- ب. التعرف على المناهج العلمية والأطر النظرية المستخدمة في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم.
- ج. تقديم رؤية نقدية للتراث العلمي في مجال دراسات تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية.
- د. السعي للتوصل لرؤية مستقبلية واقتراح أجندة بحثية لتطوير البحوث في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية؛ من أجل تطوير البحوث العربية في المجال نفسه.
- 4- منهج وعينة الدراسة:**

تتنمي هذه الدراسة من حيث المنهج إلى دراسات تحليل المستوى الثاني -Meta Analysis، وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب «التحليل من المستوى الثاني -Meta Analysis أو التحليل الثانوي للبيانات» Secondary Data Analysis لمراجعة التراث العلمي من البحوث والدراسات السابقة، سواء كانت عربية أو أجنبية منذ عام 2008 حتى عام 2019 من حيث أطرها المنهجية، ومداخلها النظرية، ونتائجها في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم بأسلوب العينة العمدية باللغتين العربية والإنجليزية. والتحليل من المستوى الثاني يساعد في الوصول لكميات كبيرة من البيانات في عدد كبير من البحوث والدراسات التي تغطي موضوعات كثيرة في مجال معين، وخلال مدة زمنية أكبر، لعرضها عرضاً تحليلياً نقدياً للاتجاهات الحديثة، للوصول إلى رؤية مستقبلية لتطوير البحوث والدراسات العربية في المجال. وقد قامت الباحثة بالاعتماد على قواعد البيانات ومحاور الدراسة التي تم البحث من خلالها، وتتمثل في:

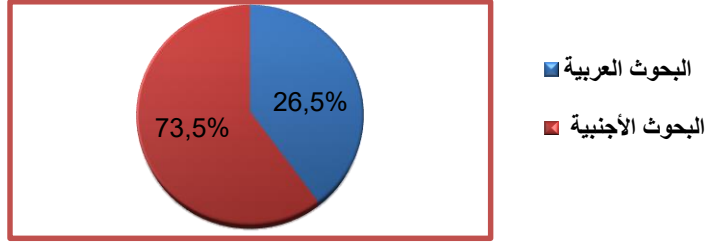
- Science direct
- Taylor and Francis online
- First Monday
- All academic
- Semantic scholar
- Microsoft Academic
- Google scholar
- IEEE (Advancing Technology for humanity)
- Springer
- The essay organization

• دار المنظومة

• اتحاد مكاتب الجامعات المصرية

وقامت الباحثة بتحليل 102 دراسة سابقة متعلقة بمجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم ، من بينها (27) دراسة عربية بنسبة 26.6% في مقابل (75) دراسة أجنبية بنسبة 73.5% ، وهو ما يوضحه الرسم البياني التالي:

البحوث والدراسات العربية والأجنبية



شكل بياني رقم (1) يوضح نسبة البحوث والدراسات العربية إلى الأجنبية في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم ويوضح الجدول التالي توزيع البحوث والدراسات العربية والأجنبية في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم وفقاً لسنوات النشر:

جدول (4)

توزيع البحوث التي تم تحليلها في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم وفقاً لسنوات النشر

عام النشر	عدد البحوث والدراسات
2008	9
2009	8
2010	6
2011	12
2012	6
2013	4
2014	11
2015	9
2016	12
2017	8
2018	14
2019	3
إجمالي العدد	102

المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في العرض التحليلي:
أولاً: الصحف:

«يعرف قانون تنظيم الصحافة الذي صدر عام 1960 برقم 156 كلمة الصحف: هي لفظ ينحرف إلى الصحف اليومية والمجلات مهما كانت دوريتها، ويُقصد بالصحف في تطبيق أحكام هذا القانون الجرائد والمجلات وسائر المطبوعات التي تصدر باسم واحد بصفة دورية، ويُستثنى

من ذلك المجالات والنشرات التي تصدرها الهيئات العامة والجمعيات والهيئات العلمية والنقابات»ⁱ.

ثانياً: التصميم:

يُوضَع التصميم الفني للصفحات في الجريدة أو المجلة متوخياً فيه توزيع المواد المطبوعة والصور والعناوين توزيعاً يضيف عليها وضوحاً وجمالاً يستهوي القارئ ويجذبه ويهيئ له قراءة مريحة.ⁱⁱ

ثالثاً: فن الإخراج الصحفي:

توزيع الوحدات التيبوغرافية الطباعة من كلمات وأشكال وصور وخطوط ورسوم فوق حيز الصفحة، واختيار هذه الوحدات وإبرازها وفق خطة معينة تحقق تناسقاً وانسجاماً، وتلفت النظر إلى قراءتها، وتريح العين أثناء القراءة. ويقوم بهذه العملية فني متخصص يسمى المدير الفني أو سكرتير التحرير الفني.ⁱⁱⁱ

محاور العرض التحليلي:

وبمراجعة الدراسات الحديثة في مجال الدراسة لاحظت الباحثة العديد من الاتجاهات البحثية الفرعية، لذلك قامت الباحثة بتصنيفها إلى عدة محاور فرعية يتناول كل منها عدداً من الدراسات يرتبط باستخدام مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم ، وتتمثل هذه المحاور في:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت تصميم الصحف المطبوعة. وينقسم إلى عدة محاور فرعية:

- 1- دراسات تناولت تصميم العناصر البنائية وإخراج الصحف المطبوعة بشكل عام.
- 2- دراسات تناولت الشخصية الإخراجية والصفحة الأولى للصحف المطبوعة.
- 3- دراسات تناولت علاقة تصميم العناصر في الصحف المطبوعة وإخراجها بالانقرائية.
- 4- دراسات تناولت علاقة تصميم العناصر في الصحف المطبوعة بحركة عين القارئ.

المحور الثاني : الدراسات التي تناولت تصميم الصحف الإلكترونية. وينقسم إلى عدة محاور فرعية:

- 1- دراسات تناولت التصميم التفاعلي وإخراج الصحف الإلكترونية.
- 2- دراسات تناولت الشخصية الإخراجية وواجهة الصحف الإلكترونية.
- 3- دراسات تناولت علاقة تصميم الصحف الإلكترونية بالانقرائية.
- 4- دراسات تناولت علاقة التصميم الإلكتروني بحركة عين القارئ.
- 5- دراسات تناولت تصميم الصحف على الهاتف المحمول.

المحور الثالث: الدراسات التي تناولت رؤية مستقبلية لتصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية.

وقد راعينا أن تكون الدراسات والأدبيات عينة الدراسة نتاجاً لإسهامات مختلفة لمدارس بحثية متعددة، سواء كانت أمريكية أو أوروبية أو آسيوية أو عربية أو أفريقية، وذلك في إطار تحليلي مقارن نستخلص منه اتجاهات البحوث في هذا المجال.

وفيما يلي شكل توضيحي لمحاور الدراسة الرئيسية والفرعية:

تقسيم محاور الدراسات والبحوث التي تناولت تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية

المحور الثالث

- الدراسات التي تناولت رؤية مستقبلية لتصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية.

المحور الثاني : دراسات تناولت تصميم الصحف

- دراسات تناولت التصميم التفاعلي وإخراج الصحف الإلكترونية.
- دراسات تناولت الشخصية الإخراجية وواجهة الصحف الإلكترونية.
- دراسات تناولت علاقة تصميم الصحف الإلكترونية بالانقرانية.
- دراسات تناولت علاقة التصميم الإلكتروني بحركة عين القارئ.
- دراسات تناولت تصميم الصحف على الهاتف المحمول.

المحور الأول : دراسات تناولت تصميم الصحف المطبوعة

- دراسات تناولت تصميم العناصر البنائية وإخراج الصحف المطبوعة بشكل عام.
- دراسات تناولت الشخصية الإخراجية والصفحة الأولى للصحف المطبوعة.
- دراسات تناولت علاقة تصميم العناصر في الصحف المطبوعة وإخراجها بالانقرانية.
- دراسات تناولت علاقة تصميم العناصر في الصحف المطبوعة بحركة عين القارئ.

شكل رقم (2) رسم توضيحي بتقسيم العرض التحليلي إلى المحاور الرئيسية والمحاور الفرعية

وفيما يلي جدول يوضح توزيع البحوث والدراسة التي تم تحليلها في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم وفقاً لمحاور الدراسة:

جدول (5)
توزيع البحوث التي تم تحليلها في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم
وفقاً لمحاور الدراسة:

الإجمالي	البحوث والدراسات الأجنبية	البحوث والدراسات العربية	محاور الدراسة
49	31	18	دراسات تناولت تصميم الصحف المطبوعة
47	39	8	دراسات تناولت تصميم الصحف الإلكترونية
6	5	1	الدراسات التي تناولت رؤية مستقبلية لتصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية.
102 دراسة			الإجمالي

دراسات الرؤية المستقبلية (دراسات 6)

الدراسات التي تناولت رؤية مستقبلية لتصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية.
دراسة واحدة عربي + 5 أجنبي

تصميم الصحف الإلكترونية (47 دراسة)

دراسات تناولت التصميم التفاعلي وإخراج الصحف الإلكترونية.
دراستين + 21 أجنبي

دراسات تناولت الشخصية الإخراجية وواجهة الصحف الإلكترونية.
3 عربي + 3 أجنبي

دراسات تناولت علاقة تصميم الصحف الإلكترونية بالإنقرانية.
3 عربي + 2 أجنبي

دراسات تناولت علاقة التصميم الإلكتروني بحركة عين القارئ.
لا يوجد دراسات عربي + 8 أجنبي

دراسات تناولت تصميم الصحف على الهاتف المحمول.
لا يوجد دراسات عربي + 5 أجنبي

تصميم الصحف المطبوعة (49 دراسة)

دراسات تناولت تصميم العناصر البنائية وإخراج الصحف المطبوعة بشكل عام.
8 عربي + 20 أجنبي

دراسات تناولت الشخصية الإخراجية والصفحة الأولى للصحف المطبوعة.
8 عربي + 8 أجنبي

دراسات تناولت علاقة تصميم العناصر في الصحف المطبوعة وإخراجها بالإنقرانية.
2 عربي + دراسة أجنبية واحدة

دراسات تناولت علاقة تصميم العناصر في الصحف المطبوعة بحركة عين القارئ.
لا يوجد أي دراسات عربي + دراستان أجنبيتان *

المحور الأول: الدراسات التي تناولت تصميم الصحف المطبوعة. وينقسم إلى عدة محاور فرعية:

1- دراسات تناولت تصميم العناصر البنائية وإخراج الصحف المطبوعة بشكل عام.

(1) Ozretic, Durdana & Brkljacic, Lidija. (2018) " Key design elements of daily newspapers : Impact on the reader's perception and visual impression".iv

(2) Schindler , Johanna & Müller, Philipp .(2018).“Design follows political orientation in newspaper page layout”.v

(3) Wajitragum ,Pibool. (2018).” The use of graphic design elements for design of newspaper for women”.vi

(4) Neves ,Marco. (2017).” Future of print design relies on interaction”.vii

(5) Buntinx ,Vincent, et.al. (2017).” layout analysis on newspaper archives”.viii

(6) علي، سمر (2016). «القطع الجديد في الصحف المصرية والأجنبية وتأثيره على الإخراج وأساليب التصميم، دراسة تحليلية مقارنة»ix.

(7) Gruszynsik ,Ana, et.al.(2016).”Newspaper design: professional skills from print to multi- platform”x

(8) R. Lee, & J.-I Moys. (2016).” exploring the relationship between language and design, a study of Hong Kong newspapers. ” xi

(9) Brath ,Richard & Banissi.,Ebad. (2016).” Using Typography to Expand the Design Space of Data Visualization” xii

(10) ferilli, Stefano, et.al .(2016).” A study on the classification of layout components for Newspapers”xiii

(11) شفيق ، هبة ، (2015) «سمات المخرج الصحفي وعلاقتها بإخراج مجلات الشباب المصرية: دراسة تطبيقية مقارنة في إطار نظرية السياق الإبداعي»xiv.

(12) Keppeler ,Johanna , et.al .(2015) ” looking left or looking right? Effect of newspaper layout on the perception of political news”. xv

(13) Younes Mokhtari & Abdellah ,yousfi.(2015). ” Segmentation of Arabic handwritten text to lines”.xvi

(14) O’connor ,Zena.(2015).” Color, contrast and Gestalt theories of perception: the impact in contemporary visual communications design”. xvii

- (15) Janbi ,Jehan, et.al.(2014).” The effect of fonts Design features on OCR for Latin and Arabic”.^{xviii}
- (16) Sulaiman ,Nur.(2014). “Layout and the arrangement of graphic elements in panggau Pemerindang magazine”.^{xix}
- (17) رحيل، عيد (2012)، «دور المخرج الصحفي في تدعيم الجوانب الإبداعية في إخراج الصحف الخاصة»^{xx}.
- (18) InaÇ, Banu.(2012).” Analysis of data visualizations in daily newspapers in terms of graphic design”.^{xxi}
- (19) Chege ,Isaac.(2012).” Impact of Factors that determine newspaper design In Kenya”.^{xxii}
- (20) عثمان، أحمد. (2011)، «تحرير وإخراج الصحف الجامعية المصرية وعلاقتها بالقائم بالاتصال»^{xxiii}.
- (21) عرفة، محمد. (2011)، «استخدام تقنيات الإخراج والإنتاج الصحفي المتطورة في المؤسسات الصحفية المصرية - دراسة حالة مجلة روز اليوسف»^{xxiv}.
- (22) uddin ,Kamar & Iqtekhar Mohd. (2011).” San Serif typeface for newspapers, using San Serif type to meet the growing demands of newspapers on typeface”.^{xxv}
- (23) Onursoy ,Sibel. (2011).” Changes in newspaper design formats: practices of post 1980 Era in Turkey”^{xxvi}
- (24) Haught ,Matthew. (2010).” The new newspaper: examining the role of design in the modern print edition.”^{xxvii}
- (25) فوزي، نرمين. (2009)، «السياق الإبداعي في إخراج الصحف الجامعية المصرية: دراسة تطبيقية مقارنة على صحف الجامعات الحكومية والخاصة»^{xxviii}.
- (26) j. Milčić D ,Pibernik. & Barbančić..(2009).” Design for destiny: The case of Croatian newspapers “. ^{xxix}
- (27) اللواتي، نشوى (2008)، «إخراج المجلات الأسبوعية الإخبارية: دراسة تطبيقية مقارنة للمجلات العربية والأجنبية»^{xxx}.
- (28) يحيى ، هند (2008)، «الإخراج الصحفي لتغطية الحروب في الصحف المصرية، دراسة تحليلية مقارنة»^{xxxii}.
- 2- دراسات تناولت الشخصية الإخراجية والصفحة الأولى للصحف المطبوعة.
- (29) رياض، تسنيم . (2018)، «الشخصية الإخراجية للصحف المصرية الصادرة بالإنجليزية والفرنسية وعلاقتها بالقدرات الإبداعية للقائم بالاتصال»^{xxxiii}.
- (30) Abu Noqaira, Ayman & Alsanfin ,Mustafa.”.(2018). “Editorial design of the front page in the plaestinian Tabloid newspaper”.^{xxxiii}
- (31) عيسى، أحمد (2017)، «تكنولوجيا الرسوم وأثرها على إخراج أغلفة مجلات الكوميكس، دراسة تطبيقية»^{xxxiv}.

- (32) Sharma, Rajesh. (2016).” Impact and Relevance of design principles in magazine covers: A content analysis”^{xxxv}
- (33) Tabibzadeh ,Seyed .(2016).”Visual elements in newspapers- A study of two Indian and Iranian newspapers”^{xxxvi}
- (34) عبد الوهاب، راللا (2014)، ”محددات الشخصية الإخراجية لصحف الجريمة وعلاقته بالقارئ؛ دراسة تطبيقية على صحف الجريمة في مصر خلال عامي 2011-2012»^{xxxvii}
- (35) رمضان، محمود (2014)، «إخراج الصفحة الأولى في الصحف المصرية اليومية الصادرة بعد ثورة 25 يناير: دراسة تطبيقية على صحف الوطن، التحرير، والحرية والعدالة في الفترة ما بين مايو 2011 حتى أبريل 2012»^{xxxviii}.
- (36) Morris ,David L & J. Haught, Matthew.(2014). ” America’s front pages: A 30- year update.”^{xxxix}
- (37) إسماعيل، فتحي (2013)، «الشخصية الإخراجية للصحيفة وعلاقتها بتفضيلات القراء: دراسة تحليلية وميدانية»^{xl}.
- (38) GRUSZYNSKI ,ANA.(2011). ” The design of the covers of Zero HORA newspaper from 1990 to 2010”^{xli}
- (39) Hou Pei ,Jocelyn, et.al.(2011).” Revisiting media attention score: evolution of Sin Chew Daily’s newspaper design”^{xlii}
- (40) Rössler, Patrik, et.al .(2011).” Selection and impact of press photography: An empirical study on the basis of photo news factors”^{xliii}
- (41) عبد الرازق، لمى، عباس، هدى .(2009)، «فاعلية الإخراج الصحفي في بناء لغة إخبارية دالة لرأس الصفحة الأولى، الصحف الثقافية الموجهة»^{xliv}
- (42) شراب، وائل. (2009)، «تأثير السياسة التحريرية في إخراج الصفحة الأولى في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية لصحف (القدس – الأيام – الحياة الجديدة) في الفترة من 1996-2007»^{xliv}.
- (43) عبد الوهاب ، نوره (2008)، «محددات الشخصية الإخراجية للصحف الخاصة الأسبوعية في مصر: دراسة مسحية»^{xlvi}.
- (44) Coelho ,Zara. (2008).” Front page layout and reading paths: The influence of Age on newspaper reading”^{xlvii}
- 3- دراسات تناولت علاقة تصميم العناصر في الصحف المطبوعة وإخراجها بالانقرائية.
- (45) عفانة، هناء. (2017)، «علاقة عناصر التصميم الأساس بانقرائية الصحف الفلسطينية اليومية من وجهة نظر خبراء الإعلام»^{xlviii}.
- (46) حمزة، الحسن. (2013)، «دور العناصر الطبوغرافية في انقرائية الصحافة السودانية»^{xlix}.

(47) Ganayim ,Deia & Ibrahim ,Raphiq. (2013).”How Do Typographical Factors affect reading text and comprehension performance in Arabic?”¹

4- دراسات تناولت علاقة تصميم العناصر في الصحف المطبوعة بحركة عين القارئ.

(48) Salmeròn ,Ladislao .et.al .(2018).” using eye tracking to assess sourcing during multiple document reading: A critical analysis”^{li}

(49) Jana Hdsanova, Nils Holmberg & Kenneth Holmqvist. (2009). “Tracing Integration of text and pictures in newspaper reading”^{liii}

التعليق على الاتجاه البحثي الأول فيما يتعلق بالدراسات التي تناولت تصميم الصحف المطبوعة:

- اتفقت الدراسات العربية والأجنبية في هذا المحور على مجموعة من النتائج التي تتمثل في:
- أن هناك علاقة مؤكدة بين الشكل الإخراجي والصور من ناحية، وإدراك المحتوى من ناحية أخرى، وأن المعرفة بأصول تصميم الشكل تساعد على زيادة فهم وإدراك الشكل المرئي وسلوك القراء.
- لا بد من أن نأخذ في الاعتبار مجموعة من التفاصيل التي يعتمد عليها بناء المطبوعات، ومنها إمكانية ربطها بالوسائل الإعلامية الرقمية.
- الحجم الكبير للنصوص يساعد على الإدراك ووعي المستخدم بمعاني الكلمات، في حين أن النص يحتاج إلى أساليب لجذب الانتباه لتحقيق الإدراك، فكثافة الخط تجذب الانتباه، ولكن المبالغة فيها تؤثر سلباً في مساحات الفراغ بين الكلمات والسطور.
- وجود فروق فردية في القدرات والمهارات الإخراجية والإبداعية لدى المخرجين.
- أن للنص والصور والتصميم الجرافيكي لها تأثير في استيعاب المبحوثين للأخبار، واللون وأساس التباين يلعبان دوراً رئيساً في الإدراك البصري.
- بعض أشكال الخطوط لها تأثير سلبي في معدل التعرف البصري. وهذه الدراسة تُعد مؤشراً للمصممين لاختيار أشكال الخطوط التي يسهل التعرف البصري عليها، واختيار أشكال خطوط مناسبة للمطبوعات، وتصميم شكل الخط نفسه يجب وضعه في الاعتبار.
- مهارة اختيار المعلومات، ومهارة استخدام التكنولوجيا في التشفير، ومدى وضوح المعلومات التي تم تشفيرها. وكل الألوان والتبويغرافيا والجرافيك التي تم اختيارها وفقاً للموضوع، ووفقاً للتغير المرئي الذي تم تشفيره وفهمه بشكل صحيح.
- أربعة عناصر يجب أخذها في الاعتبار عند اختيار حروف الطباعة للصحف المطبوعة، وهي توفير التكاليف، والحفاظ على البيئة، ووضوح الخط، ويُسر القراءة.
- من أبرز السمات السلبية في أقسام الإخراج الصحفي مركزية اتخاذ القرار ذاتية، والتقييم، وتدني الأجور، وعدم تفرغ المخرجين، وعدم الاهتمام بتطوير قدرات المخرجين، وقلة عددهم، وضيق الوقت، وضعف مصادر ثقافة المخرجين. والعلاقة بين الشخصية الإخراجية والإبداع لدى المخرجين علاقة عكسية.

- تحقيق مبدأ الوحدة في التصميم والتضاد اللوني والسيادة بالأغلفة والحركة، واتباع أسلوب الأرضية الموحدة. ومكنت التكنولوجيا وتقنيات الرسم وبرامج التلوين من كتابة اسم المجلة بشكل مبتكر وجذاب، بالاستعانة بأدوات الرسم؛ كبرنامج Illustrator، وباستخدام الألوان ببرنامج الفوتوشوب، ومنحت تكنولوجيا المصمم إمكانيات هائلة في جمع رقم العدد بألوان معينة على خلفية ذات ألوان مميزة، وهو ما أدى إلى وجود تضاد لوني بين الشكل والأرضية ساعد على جذب الانتباه.
- تؤثر السياسة التحريرية في الشكل الإخراجي تأثيراً كبيراً، خصوصاً الصفحة الأولى منها. والسياسة التحريرية تلعب دوراً هاماً في إخراج الصفحة الأولى.
- يُعد التصميم عنصرًا مهمًا في إنتاج الصحف، مع أن الصحف لا تكشف عن أسماء مصمميها بشكل مباشر.
- توظيف الشكل الأيقوني لتساكل الحروف إلى جانب الهيئات الشكلية يؤدي إلى تراجع وضوح والانقرائية، وفقدان إمكانية الاستدلال إلى مرجعيتها. وينتج عن توظيف اسم الصحيفة ليس له دلالة مباشرة دون تأكيد للهوية المرجعية صعوبة الاستدلال على هوية الصحيفة.
- خصائص التوبيخ بالصحف عينة الدراسة لها علاقة بانقرائيتها، فهي تساعد القارئ على الوصول للمادة التحريرية التي يريدتها.
- يتعرض الجمهور للصحافة تعرضاً انتقائياً تحكمه ميولهم واتجاهاتهم ورغباتهم وخياراتهم. ويزيد الإخراج الجيد من انقرائية الصحيفة. ولا يخلق الإخراج الصحفي اتجاهًا نحو الصحيفة، ولكنه يدعمه ويعززها.
- تأثر معدل القراءة بالعمر وعدد الأعمدة وطول السطر والمسافة بين السطور والتفاعل بين كل هذه العناصر معًا.
- الإخراج له تأثير كبير في سلوك حركة عين القارئ. ويشمل الإخراج الذي يحقق دمج النصوص والصور والرسوم التوضيحية رغم استهلاك وقت أكبر في القراءة، إلا أن تعزيز قراءة النص بالرسوم البيانية التي تحتوي على معلومات يحافظ على حركة عين القارئ نتيجة لتضاعف اهتمام القارئ وجذب عينه.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت تصميم الصحف الإلكترونية. وينقسم إلى عدة محاور فرعية:

1- دراسات تناولت التصميم التفاعلي وإخراج الصحف الإلكترونية.

(50) Srinivasan, Balaji, et.al. (2019).” Content –based Layout optimization”.^{liii}

(51) KO ,CHIHHSIANG & CHUN LIU, YU. (2019).”Old and young users’ white space preferences for online News web pages”.^{liv}

- (52) Chouhan, Mihir & Jonsoon, Frida.”(2019) User experience design on online newspapers, a study of how the user experience design of self – financed Swedish online newspaper is”^{lv}
- (53) Zoizou ,Abdelhay, et.al .(2018). A new hybrid method for Arabic multi-font text segmentation and a reference corpus construction” .^{lvi}
- (54) SKLIKA ,ELPIDA. (2018).” Analysing new media: The layout strategy of Greek online press and the audience’s reading practices” .^{lvii}
- (55) Lang ,Thomas,et.al .(2018).” Physical layout analysis of partly annotated newspaper Image “ .^{lviii}
- (56) Santhalia ,Vikram & Singh ,Sanjay.(2018).”Design and development of a user specific dynamic e- magazine” .^{lix}
- (57) إسماعيل، محمود، وآخرون (2017)، «علاقة استخدام تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية باتجاهات المراهقين نحو المضمون»^{lx}.
- (58) El Nekhaly, Marwa.(2017).”Analysis the Egyptian News websites’ layout According to responsive web design.”^{lxi}
- (59) Hassan, Sameh. (2017) .” Evaluation of interactive journalistic design in the Egyptian online newspaper” .^{lxii}
- (60) Hassan, Tamer. (2017).” Arabic typography and visual identity in online newspaper: case study in the Egyptian online Journalism” .^{lxiii}
- (61) Huang HUI, et.al.(2016). ”Research on the interactive design of electronic magazine in the new media era” .^{lxiv}
- (62) Maity ,Ranjan , et.al. (2016) . "A Computational Model to Predict Aesthetic Quality of text Elements of GUI" .^{lxv}
- (63) Matsueda ,Chica & Iton ,Takayuki. (2015).” History paper: Magazine- style layout of representative web pages extracted from browsing history” .^{lxvi}
- (64) Nylèn Daniel.et.al.(2014) .” Oscillating between four orders of design :The case of digital magazines” .^{lxvii}
- (65) N. Alotaibi, Nasser.(2014). "Interactivity in Saudi online Journalism" .^{lxviii}
- (66) Pektas ,Hasip . (2012) .” Typographic analysis of Turkish newspaper’s websites” .^{lxix}

(67) Jacobson ,Susan .(2011).” Transcoding the news: An investigation into multimedia journalism published on nytimes.com 2000-2008”^{lxx}

(68) جودة، هيثم (2010)، «تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على العمليات الإدراكية لدى عينة من طلاب الجامعة في إطار نظرية تمثيل المعلومات، دراسة شبه تجريبية»^{lxxi}

(69) Gascón, Joan .(2010) .” Visual impact in the digital press”^{lxxii}

(70) A. Vargas, Nuno .(2009). ” Setting guidelines on how to design the news online: An analysis of the Portuguese online newspapers and their Spanish, Argentinian and Brazilian counterparts”^{lxxiii}

(71) BØ Bradrand, Gjermund. (2008)”Dynamic Layout optimization for newspaper website using a controlled annealed genetic Algorithm”^{lxxiv}

(72) Goya-Martinez, Mariana. 2010.” Layout Design and news Juxtaposition”^{lxxv}

2- دراسات تناولت الشخصية الإخراجية وواجهة الصحف الإلكترونية.

(73) Farhan , Karim.(2018).”Simplicity and complexity in the visual layout of designs children”^{lxxvi}

(74) أبو راشد، ولاء. (2016). «أثر استخدام الأساليب الإخراجية لواجهات الصحف الإلكترونية على تعرض الشباب الجامعي لها»^{lxxvii}.

(75) O’Donovan, Peter & Agarwala ,Aseem .(2014).”Learning layouts for single- page graphic designs”^{lxxviii}

(76) الصريدي ، حاتم .(2011)، «الصحف الإلكترونية البحرينية: دراسة في تصميم واجهة الاستخدام والوصول للمعلومات»^{lxxix}.

(77) Altboli ,Ahamed & Lin ,Yingzi .(2011). ” Investigating of screen layout elements on Interface and screen design Aesthetics.”^{lxxx}

(78) كمال، أحمد .(2008). «تصميم الصفحة الأولى للصحف الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية»^{lxxxi}.

3- دراسات تناولت علاقة تصميم الصحف الإلكترونية بالانقرائية.

(79) Yoganant , Auria F., et.al.(2018). ” user success rate to measure usability in responsive website layout changes (case study: Indonesian Newspaper website.”^{lxxxii}

(80) عبد العزيز ، نانسى. (2016). «تأثير تصميم الصحف الإلكترونية على درجة مقروئيتها: دراسة تجريبية على عينة من الصحف الإلكترونية لدى عينة من طلاب الجامعة»^{lxxxiii}.

(81) البطل ،هاني .(2012). «إخراج الصحف الإلكترونية وتأثيره على انقراءة الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية لهذه الصحف في إطار النظرية الإرجنومية»^{lxxxiv}.
 (82) مصطفى، هبة. (2011)، «تأثير إخراج الصحف الإلكترونية العربية على انقراءة الشباب الجامعي لهذه الصحف»^{lxxxv}.

(83) Wastlund ,Erik , et.al .2008 " The effect of page layout on mental Workload : A dual –task experiment ".^{lxxxvi}

4- دراسات تناولت علاقة التصميم الإلكتروني بحركة عين القارئ.

(84) Kruike-meier ,Sanne, et.al .(2018).” Learning From News on the different Media platforms: An eye .Tracking experiment”. Political commubication .^{lxxxvii}

(85) de leeuw, et.al . (2016).” The effect of student Related and text related character on student’s reading behavior and text comprehension: An eye movement study”.^{lxxxviii}

(86) Zhang ,Bing, et.al. (2015).”Auditory and visual effection visual attention and comprehension of electronic magazines, study with eye tracker technology”.^{lxxxix}

(87) Zantides ,Evripides, et.al.(2012).” The use of eye- tracker technology to evaluate typefaces, Greek fonts and publication design for screen “. ^{xc}

(88) Almedia ,Samuel, et.al. (2010). ”Empirical study of user behavior on homepage layouts: SAPo Portal case study”.^{xcii}

(89) J.Gibbs ,William & S. Bernas ,Ronan. (2009).” Visual Attention In newspaper versus TV –oriented news websites”. ^{xciii}

(90) Carniglia ,Elena & Robino ,Carlo.(2008). “Eye tracking analysis in reading online newspaper”.^{xciv}

(91) Mosconi ,Mauro, et.al. (2008).” On- line newspapers and multimedia content: An eye tracking study”. ^{xcv}

5- دراسات تناول تصميم الصحف على الهاتف المحمول.

(92) Wojdyski ,Bartosz & Parks ,Perry..”(2015). The second Digital Revolution: U.S. newspaper’s design for the mobile web”.^{xcvi}

(93) Čerepinko, Darijo,et.al .(2015) .” determination of visual interest points of graphical user interfaces for tablet newspaper applications”^{xcvii}

(94) Cimen ,Emre & öztürk, Gürkan.(2014).” An AHP Model to design mobile applications". ^{xcviii}

(95) Fallon , Stephanie . (2014).” A conjoint analysis of reader preference for layout of tablet editions of magazines”.^{xcviii}

(96) Shapira ,Bracha, et.al.(2009).” E- paper: A personalized mobile newspaper”.^{xcix}

التعليق على الاتجاه الثاني فيما يتعلق بالدراسات التي تناولت تصميم الصحف الإلكترونية:

اتفقت الدراسات العربية والأجنبية في هذا المحور على مجموعة من النتائج التي تتمثل في:

- الجهد المبذول في التصميم يتضاعف عندما تكون التجربة ديناميكية وتتغير استجابةً لنشاط المستخدم.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين العمر ونسبة البياض والتعليم والمهنة ومصادر الأخبار ومدة الحاسب الآلي وتاريخ استخدامه وتفضيلات المستخدمين لنسبة البياض، وخبرات الاستخدام وعادات القراءة للأخبار تُعد من العوامل المؤثرة في تفضيلاتهم.
- من الأفضل استخدام نظام العد العشري أثناء الإخراج الإلكتروني؛ للحصول على شكل جميل وإخراج جيد. وهذا النظام يقلل من عدد الصور عن طريق دمجها وتجاورها من بعضها البعض.
- ارتفاع نسبة رضى المبحوثين عن تصميم مواقع الصحف الإلكترونية التي يتصفحونها.
- أغلبية المستخدمين يعتمدون على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر مهم للحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية.
- أغلب المستخدمين يفضلون تصفح تلك الصحف عن طريق شاشات صغيرة «الهواتف المحمولة والتابلت»؛ لأنها الأسرع والأفضل مقارنة بشاشات الحواسيب الآلية المكتبية واللاب توب. ولا يدرك المستخدمون أهمية تصميم الويب الحساس لأنهم يتصفحون مواقع الصحف من جهاز واحد، فلا يلاحظون الاختلاف في الشكل.
- تنظر الصحف الإلكترونية إلى البيانات المرئية على أنها شكل صحفي منفصل عن النصوص وليس من الضروري أن يكون جزءاً منها.
- تغير التصميم التقليدي القديم من الحروف الساخنة مع ازدهار التكنولوجيا وبدء الاعتماد على تصميمات جمالية.
- ضرورة اختيار خطوط وأحجام مناسبة للشاشات بشكل دقيق، وتطوير الشعار اللفظي للصحف، واختيار ألوان وشكل وكثافة وطرز النصوص بأسلوب علمي؛ حتى تجذب الانتباه وتثير اهتمامات القارئ، وضرورة التواصل المستمر مع القراء، وعمل استطلاعات للرأي وتوقعاتهم من الصحف، وتحليل تعليقاتهم بمواقع الصحف الإلكترونية، وكذلك التركيز على هوية الصحف الإلكترونية خلال تصميماتها وأشكال الخطوط المستخدمة بها. واستخدام الطراز المنطلق، سواء في جهة اليسار أو اليمين، يوحي بالمبالغة في كمية البياض المتروكة.

- لا غنى عن العناصر التفاعلية؛ لأن فقدان العنصر التفاعلي بالمجلات الإلكترونية يفقد التفاعل مع الجمهور. حيث تساهم الوسائط المتعددة في فهم الموضوعات الجديدة والمعقدة. ويجب أن يكون أي نص به عرض تقديمي للوسائط المتعددة قابل للقراءة وواضح وله مغزى.
- وهناك عوامل أخرى بجانب القيمة الجمالية وطريقة بناء الصفحات تؤثر في يسر القراءة وجاذبيتها، مثل طرز النصوص، وعلامات التنقيط، وبدايات ونهايات فقرات النص.
- القدرات الرقمية تغيّر عملية التصميم، حيث تتضمن عمليات التصميم الرقمي ديناميكية غير مسبقة.
- الألوان من العناصر المهمة التي لها أثر في جذب الانتباه بنسبة 40% مقارنة باللونين الأبيض والأسود، وعند عرض المعلومات ملونة تصير أكثر فاعلية حتى لو كان لوناً واحداً، فهو يحافظ على انتباه القارئ. ومن الأفضل عدم استخدام أرضية ملونة؛ لأنها تكسر وحدة النصوص وتسبب حيرة وتشنيتاً للقارئ.
- زيادة استخدام الصحف للعناصر المرئية خاصة الصور؛ لأن الفيديو في مرحلة تطويرية، ومن ناحية أخرى أصبحت الوسائط المتعددة -مثل الإنفوجراف وبرامج الرسوم المتحركة والصوت- من أولويات التطور بالصحف الإلكترونية، ووسائل الإعلام تتطور بإيقاع معتدل وبخطوات تدريجية.
- يوجد مشكلة في تصميم الأخبار على الإنترنت، فلا يقتصر الأمر على اختيار اللون والحجم للعناصر، وإنما يجب الأخذ في الاعتبار تحديد معدل القراءة، واهتمام المستخدمين القراء بالأخبار، وتحقيق أساس التوازن في النسخ الإلكترونية.
- ضرورة إجراء اختبار تجريبي لآثار إخراج الأخبار في تفسير القراء وتقييم الأحداث الإخبارية. وإخراج الأخبار ليست محايدة أو تتسم بالشفافية، وإنما له آثاره في مضمون وتأطير الأخبار، وله أثره في تفسيرات القراء للأحداث. والصحف ليست حيادية في ترتيب عناصر الأخبار ومواقعها وتصميمها؛ كحجم ولون الخط ووضع عناصر متباينة معاً في نفس المساحة البصرية.
- البساطة والتعقيد في التصميم توحى بالاستمرارية والحيوية وشد انتباه المتلقي؛ من خلال التداخل والتناغم والتكرار والألوان والشكل والملمس والعلاقات التصميمية بين العناصر.
- توجد علاقة طردية قوية بين استخدام الشباب للصحف والمعرفة بأنواع الصور والصوت المستخدم في الصحيفة، وكذلك علاقة طردية قوية بين الموافقة على تصميم واجهة رئيسة لصحيفة إلكترونية للشباب الجامعي واحتواء الصفحة على لقطات فيديو وصوت، واحتواء الصحيفة على خدمات تفاعلية.
- واحتوت صفحات الويب المكونة للصحف الإلكترونية على عدد كبير من الأخطاء في مستوى الوصول للمعلومات، وخاصة بالنسبة لخطأ الإرشاد المرتبط بتعريف العناصر المرئية.

- نسبة الانتباه البصري لشريط الإبحار الذي يحتوي على علامات التبويب متفوقة مقارنة بأي أجزاء أخرى تتيح التفاعل في الصفحة الإلكترونية.
- اتفقت الصحف على تقديم مضمونها عن طريق النصوص الفائقة، وتقديم قائمة محتويات الصحيفة.
- تستخدم معظم الصحف الخطوط الرأسية والأفقية للفصل بين المواد على الصحيفة.
- ضرورة إجراء المؤسسات القائمة على إصدار الصحف الإلكترونية استطلاعات رأي تجاه تصميم مواقعها، والحرص على تنظيم دورات تدريبية لمصممي هذه المواقع من قبل متخصصين وأكاديميين لتنمية خبراتهم ولإطلاعهم على أحدث الاتجاهات في إخراج أشهر المواقع العالمية.
- عوامل النوع والمستوى الاجتماعي والمستوى الاقتصادي تؤثر في انقراطية الشباب الجامعي للصحف الإلكترونية.
- والنص المطبوع أسهل في قراءته من النص المعروض على شاشة الكمبيوتر. وهناك اختلافات في إدراك الأفراد بين النص المطبوع والنص المعروض على شاشة الكمبيوتر.
- قراءة الصوت للمحتوى له تأثير إيجابي كبير في متوسط مدة التحديق والمشاهدة داخل المجلة الإلكترونية. والخط Verdana بحجم البنت 10، بالخطوط الصغيرة، وفي سطور منفصلة تحتوي على 70 إلى 75 حرفاً؛ هو الأسرع في القراءة مقارنة بشكل الخط Georgia.
- تركيز اهتمام عين القارئ على الجزء العلوي من الصحف. وتحدد مسار حركة عين القارئ من اليسار إلى اليمين ومن أعلى إلى أسفل.
- يجب أن يكون النص الذي يصاحبه صور يتم اختياره بعناية، واستخدام الروابط التشعبية للنص؛ لأنها تلفت انتباه المستخدم.
- معظم المواقع التي لديها إصدارات أخرى مختلفة لدخول المستهلك عليها عبر الهاتف المحمول لديها أسلوب مختلف للإبحار عن تلك التي يتم الدخول عليها بواسطة أجهزة الحاسب، وقوائم الإبحار مقسمة بطريقة متاحة للمستهلك إذا قام بالضغط على زر من سطح الهاتف المحمول.
- حركة عين القارئ التي ينظر بها خلال صفحة تطبيق الصحف هي نفس أسلوب الحركة في التصميم الموجودة بالصحف المطبوعة، فالعناصر الجرافيكية السائدة على الصفحة هي التي تجذب الانتباه؛ كالصور التي تصاحب المقالات، ثم العنوان، خاصة إذا كان كبيراً ومرتبباً بصورة مقابلة، والعنوان يجذب انتباه المبحوثين إلى الصفحة، خاصة إذا لم يصاحبه صور أو صور صغيرة جداً.
- العوامل العامة مهمة بالنسبة للمبحوثين في التصميم الإلكتروني، ثم العوامل التقنية، وأهم العوامل المؤثرة في اختيار المبحوثين لتطبيقات الصحف، والتي تدخل ضمن العوامل التكنولوجية؛ أن يكون هناك توصيف للتطبيق، ودعم شبكات التواصل الاجتماعي لهذا التطبيق، ودعمه للتواصل مع الأصدقاء. ومن الصعب

رصد مجموعة من المتغيرات الخاصة بالتصميم مما يفضلها المبحوثون من نوع معين إلا من خلال التجارب.

المحور الثالث : الدراسات التي تناولت رؤية مستقبلية لتصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية.

(97) يحيى ، هند (2018)، «بحوث تصميم المواقع الإلكترونية: دراسة نقدية مع رؤية مستقبلية».

(98) de Liguor, Mario.(2017). ” Returning the aesthetics to the heart of the design process on the conflict between social design and product beauty”.

(99) Spitzmüller , Jürgen . (2015) .” Graphic Variation and graphic ideologies: A meta pragmatic approach”.

(100) Koutsaftikis ,Ioannis, et.al .(2013).” Front-Paging Online Newspaper”.

(101) Urbanski ,Steve & Miller ,Amanda .”(2010) Online communities’ Impact on the profession of newspaper design.

(102) E.Legge, Gordon & A. Bigelow, Charles. (2011).” Does print size matter for reading? A review of finding from vision science and typography”.

التحليل النقدي للدراسات العربية والأجنبية التي تناولت تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية:-

التحليل النقدي للدراسات في الاتجاه البحثي الأول فيما يتعلق بتصميم الصحف المطبوعة: أولاً: فئة الموضوع أو المشكلة البحثية المطروحة والمجالات المرتبطة بها:

- اتجهت بعض الدراسات العربية والأجنبية إلى دراسة علاقة الشكل بالمضمون؛ كما في دراسة (2018) Schindler & Müller ، ودراسة (2018) Došen & Brkljacic ودراسة يحيى (2009).
- لم تهتم الدراسات - سواء العربية أو الأجنبية - في هذا الاتجاه البحثي بقطع الصحف سوى دراسة سمر علي حسن محمد (2016).
- اتجهت بعض الدراسات الأجنبية إلى الاهتمام بالعناصر التيبوغرافية، مثل دراسة (2016) Brath & Banissi ، ودراسة (2015) Younes & Abdellah ، ودراسة (2014) Janbi ,et.al ، ودراسة (2011) Kamaruddin & Iqtekhari.
- اهتمت بعض الدراسات الأجنبية بالعناصر المرئية والجغرافية، مثل دراسة InaÇ (2012). ومع ذلك اهتمت بعض الدراسات بدراسة تصميم كل من العناصر التيبوغرافية والجغرافية معاً؛ مثل دراسة (2012) Chege.

- يوجد دراسات قامت بالتركيز على العناصر التيبوغرافية وعلاقتها بالانقرائية، مثل دراسة عفانة (2017)، ودراسة إلياس (2013)، ودراسة Ganayim & Ibrahim (2013).
- تناولت بعض الدراسات الأجنبية دراسة الأساليب الابتكارية والإبداعية في الإخراج، كدراسة (2009) j. Milčić D. & Barbanic .
- اتجهت كثير من الدراسات العربية والأجنبية إلى دراسة الشخصية الإخراجية للصحف والمجلات، ولكن ركزت الدراسات على دراسة الصحف أكثر من دراسة المجلات. ومن دراسات الصحف: دراسة رياض (2018)، Abu Noqaira, et.al (2018)، و دراسة Tabibzadeh ,et.al (2016)، ودراسة عبد الوهاب (2014). أما المجلات فكانت دراسة عبد الله (2017)، ودراسة Sharma (2016).
- اتضح أن الدراسات العربية ربطت الشخصية الإخراجية وإخراج الصفحة الأولى بالصحف وأغلقت المجلات بالمضمون، سواء كانت أخبارًا في أثناء ثورة 25 يناير؛ كما في دراسة رمضان (2014)، أو صحافة الجريمة؛ كما في دراسة عبد الوهاب (2014)، أو مجلات الكوميكس، كما في دراسة عبد الله (2017).
- اهتمت بعض الدراسات العربية بدراسة المجلات وعناصرها؛ كما في دراسة اللواتي (2008)، ودراسات أجنبية كما في Sulaiman (2014).
- اتجهت دراسات عربية قليلة إلى رصد دور المخرج الصحفي وتأثيره في الجوانب الإبداعية، مثل دراسة شفيق (2014) التي اهتمت بمجلات الشباب، ودراسة رحيل (2011) التي اهتمت بدراسة الصحف، ودراسة عثمان (2011) التي اهتمت بعلاقة تحرير وإخراج الصحف الجامعية بالقوائم بالاتصال.
- هناك كثير من الدراسات الأجنبية التي تناولت مقارنة الشخصية الإخراجية في العصر الحديث بما كانت عليه في الماضي؛ كما في دراسة L. Morris & Haught (2014)، ودراسة GRUSZYNSKI (2011)، ودراسة Hou Pei ,et.al (2011). أما الدراسات العربية فلم تكن هناك أية دراسات تطرقت إلى هذا الموضوع سوى دراسة شراب (2009).
- نُدرت الدراسات التي تناولت علاقة تصميم العناصر في الصحف المطبوعة بحركة العين، مثل دراسة Salmeròn (2018)، ودراسة Hdsanova ,et.al (2009)، ولم تظهر أية دراسات عربية تطرقت إلى رصد حركة عين القارئ. وقد يرجع ذلك لضعف الإمكانيات المادية في بعض الدول العربية التي تحتاج إلى أجهزة تكنولوجية ونظارات وبرامج لرصد حركة عين القارئ.
- اتسمت الدراسات العربية بالتقليدية في اختيار موضوعاتها، فلم تكن هناك سوى دراسة واحدة من الدراسات العربية التي اتجهت إلى إلقاء الضوء على تقنيات الإخراج في المؤسسات الصحفية، وهي دراسة عرفة (2011)، في حين أن الدراسات العربية ركزت فقط على إخراج المجلات الأسبوعية كما في دراسة اللواتي (2008)، التي قامت بدراسة

- إخراج الصحف الجامعية كما في دراسة فوزي (2009)، وإخراج الصحف المصرية أثناء وقت الحروب؛ كدراسة يحيى (2008).
- تنوعت جنسية الصحف والمجلات التي دُرست ما بين الصحف المصرية والعربية والأجنبية؛ حيث تناولت دراسات رياض (2018)، ودراسة أحمد عبد الله خلف الله (2017)، وعبد الوهاب (2014)، رمضان (2014)، ونورة عبد الوهاب (2008) صحفًا ومجلاتٍ مصرية، أما دراسة Abu Noqaira (2018)، ودراسة عفانة (2017)، شراب (2009) فتناولت الصحف الفلسطينية، ودراسات عبد الرازق (2009)، وفاضل (2009) الصحف العراقية، وإلياس (2013)، وقد تناولت الصحف الأجنبية الصحف الأمريكية والهندية، مثل دراسة Sharma (2016)، ودراسة Tabibzadeh (2016) التي تناولت الصحف الإيرانية والهندية، والصحف الأمريكية Morris and Haught (2014)، والصحف الصينية Hou Pei, et.al (2011)، والصحف البرازيلية Coelho (2008)، والصحف الإسبانية Salmeròn, et.al (2018)، والسويدية Hdsanova, et.al (2009)، والصحف التايلاندية؛ مثل دراسة Wajitragum (2018) والصحف الألمانية، مثل دراسة Schindler & Müller (2018)، وصحف كينيا Chege (2012).

ثانيًا: فئة الأطر النظرية:

- لم تكن هناك دراسات عربية تستخدم نظرية جاشطلت، ولكن مالت العديد من الدراسات الأجنبية إلى استخدام نظرية جاشطلت؛ مثل دراسة j. Milčić D. & Barbanić (2009)، ودراسة O'connor (2015)، ودراسة Sharma (2016)، ودراسة Došen & Brkljacic (2018) لتناول التصميم وعناصره من الناحية الجمالية والوظيفية وأسس التصميم المختلفة.
- ظهرت نماذج ومداخل نظرية في الدراسات عينة الدراسة، مثل Model for selection and effect of press photo (1998) Van Leeuwen ونموذج Kress and Braasch & Br åten، ومدخل نظري Factorial analysis، ومدخل صاحبها (Optical Character Recognition) OCR.
- اتجهت معظم الدراسات العربية إلى عدم استخدام أطر نظرية، وإنما تعتمد على رصد القواعد والأسس المتعلقة بمبادئ التصميم، ولكن ركزت بعض الدراسات على نظرية السياق الإبداعي، ونشر الأفكار المستحدثة؛ كما في دراسة تسنيم (2018)، ودراسة شفيق (2014).

ثالثًا: فئة المنهج المستخدم:

- ندرة الدراسات الأجنبية التي تستخدم المنهج التاريخي، مثل دراسة Buntinx (2017)، و Onursoy (2011).

- اتجهت معظم الدراسات العربية التي تناولت تصميم الصحف المطبوعة إلى استخدام منهج المسح؛ مثل دراسة يحيى (2008). وكذلك الدراسات الأجنبية؛ مثل دراسة Binti Sulaiman (2014)، ودراسة Chege (2012).

رابعًا: فئة أدوات جمع البيانات:

- ركزت الدراسات العربية في مجال تصميم الصحف المطبوعة على أدوات تحليل الشكل والمضمون والمقابلات المقننة والاستبيان، وأغلب الدراسات استخدمت أداتين معًا؛ كدراسة إسماعيل (2013) التي استخدمت الاستبيان والتحليل الكمي والكيفي لعناصر الصحف، ودراسة شراب (2009) التي استخدمت أداة تحليل الشكل ومقابلة مقننة، ودراسة عفانة (2017) التي استخدمت الاستبيان والمقابلة المقننة.
- معظم الدراسات الأجنبية مالت إلى استخدام التجربة كإحدى أدوات جمع البيانات، مثل دراسة Keppeler, et.al (2015)، ودراسة Rossler, et.al (2011)، بالإضافة إلى دراسات استخدمت تحليل المضمون والشكل، مثل دراسة Došen & Brkljacic (2018) ودراسة Schindler and Müller (2018).

التحليل النقدي للدراسات في الاتجاه البحثي الثاني فيما يتعلق بتصميم الصحف الإلكترونية: أولاً: فئة الموضوع أو المشكلة البحثية المطروحة والمجالات المرتبطة بها:

- اهتمت بعض الدراسات الأجنبية باحتياجات وتفضيلات القراء فيما يتعلق بالتصميم الإلكتروني، مثل دراسة Srinivasan (2019)، ودراسة HSIANG KO & CHUN LIU (2019)، ودراسة Maity, et.al (2016)، ودراسة BØ Bradrand (2008)، ودراسة Altboli & Lin (2011). والدراسات العربية لم تكن تلقي الضوء على تفضيلات الجمهور سوى دراسة أبو راشد (2016)، ودراسة كمال (2008).
- تناولت العديد من الدراسات الأجنبية ديناميكية العناصر داخل مواقع الصحف والمجلات، وعلاقة ذلك بالتفاعلية، مثل دراسة: Santhalia & Singh (2018)، ودراسة Hassan (2017)، Huang, et.al (2016)، Matsueda & Iton. (2015) BØ Bradrand (2008). ولم يكن هناك اهتمام بدراسة التفاعلية في الصحف العربية سوى دراسة تناولت التفاعلية في الصحف السعودية Alotaibi (2014).
- ركزت عدة دراسات على العناصر البنائية لمواقع الصحف والمجلات الإلكترونية، وكانت العناصر التيبوغرافية لها النصيب الأكبر، منها مثل دراسة Zoizou (2018)، Hassan (2017)، Maity, et.al (2016)، Pektas (2012)، وهناك دراسات ركزت على العناصر التكنولوجية؛ كدراسة Jacobson (2011) التي ركزت على الوسائط المتعددة، Gascón (2010).
- لم تكن هناك دراسات عربية تناولت رصد حركة عين القارئ بالصحف الإلكترونية، بينما ركزت العديد من الدراسات على ذلك، مثل دراسة Kruikemeiera, et.al (2018)، ودراسة de leeuw, et.al (2016)، ودراسة Zhang, et.al (2015).

- ودراسة Zantides ,et.al (2012)، ودراسة Carniglia ,et.al (2008)، ودراسة Almedia ,et.al (2010).
 لم تكن هناك أية دراسات عربية تناولت تصميم تطبيقات الصحف على الهواتف المحمولة كأحد أشكال الصحافة الإلكترونية، بينما ركزت العديد من الدراسات الأجنبية على هذا المجال، مثل دراسة Wojdynski & Parks (2015)، ودراسة čerepinko ,et.al (2015)، ودراسة Cimen & öztürk (2015)، ودراسة Fallon (2014)، ودراسة Shapira ,et.al (2009).
 ولذا قامت الباحثة في البحوث المقدّمة للترقية بدراسة^{cvi} تتناول فيها تصميم تطبيقات الصحف المحمولة كأحد أشكال الصحافة الإلكترونية.
- تساوى عدد الدراسات العربية والأجنبية التي ربطت بين التصميم الإلكتروني والانقرائية، فكانت الدراسات العربية تتمثل في دراسة عبد الرحمن (2016)، ودراسة مصطفى (2011)، أما الدراسات الأجنبية فكانت دراسة Yoganan ,et.al (2018)، ودراسة Wastlund ,et.al (2008).
 لم تكن هناك دراسة عربية واحدة ركزت على تأثير الأساليب الإخراجية على انقرائية المستخدمين في إطار نظرية الإرجنومية، سوى دراسة البطل (2012)، ودراسة عربية أخرى ركزت على تأثير الإخراج الإلكتروني في إدراك المستخدمين في إطار نظرية تمثيل المعلومات، وهي دراسة جودة (2010)، واعتمدت كلتا الدراستين على المنهج شبه التجريبي.
- ندرة الدراسات العربية التي تناولت تصميم واجهة الصحف الإخراجية، فلم تكن هناك إلا ثلاث دراسات عربية، وتنوعت في موضوعاتها البحثية؛ فدراسة أبو راشد (2016) تناولت أثر استخدام الأساليب الإخراجية في واجهة الصحف في تعرض الشباب، بينما دراسة الصريدي (2015) تناولت علاقة التصميم بالوصول إلى المعلومات، أما دراسة عبد الحافظ (2008) فتناولت علاقة تصميم الصفحة الأولى بتفضيلات القراء الإخراجية.
- لم تكن هناك سوى دراسة واحدة تناولت أغلفة المجلات، وهي دراسة Farhan (2018) فركزت على أساس البساطة في أغلفة مجلات الأطفال العربية.
- وهناك دراسات قليلة ركزت على رصد أسس التصميم بواجهة الصحف الإلكترونية، مثل دراسة O'Donovan & Agarwala (2014)، ودراسة Altboli & Lin (2011).
- ثانيًا: فئة الأطر النظرية:
- ظهرت مداخل نظرية ونماذج في الدراسات الأجنبية، مثل نموذج Template matching method، ونموذج contour based method، ونموذج Fair clough، ونموذج تصنيف التحليل للنص الرقمي The Typology of analysis a digital text و In McLuhan's View، ونموذج Nonlinear Inverse Optimization، ونموذج جذب الانتباه Conceptual model visual attention

learning Modality، ونموذج الانحدار Regression model، ونموذج AOI (Area of interest)، ونموذج Traditional conjoint analysis، ونموذج mathematical model.

- ركزت بعض الدراسات العربية على النظرية الإرجونومية في تصميم الصحف الإلكترونية، مثل دراسة إسماعيل وآخرين (2015)، و البطل (2012). واستخدمت إحدى الدراسات العربية أيضاً النموذج المهجن ومدخل التفاعلية؛ وهي دراسة عبد الحافظ (2008).
 - استخدمت بعض الدراسات الأجنبية نظرية جاشطلت، مثل دراسة Goya-Matinez (2010)، ودراسة Altboli & Lin (2011)، وكذلك نظرية الاتساق المتعددة ونظرية الجمال، مثل دراسة Farhan (2018)، وقد استخدمت أيضاً بعض الدراسات الأجنبية النظرية الإرجونومية مثل دراسة BØ Bradrand (2008).
 - نموذج الويب الحساس لم تستخدمه سوى دراسة Soliman (2017-) ولذا استخدمته الباحثة في أحد البحوث المستخدمة، وهو عن «تصميم تطبيقات صحافة المحمول المصرية وعلاقته بتفضيلات المستخدمين».
- ثالثاً: فئة المنهج المستخدم:
- اعتمدت أغلب الدراسات الأجنبية على المنهج التجريبي، مثل دراسة: HSIANG & LIU (2019)، ودراسة Chouhan & Jonsoon (2019)، ودراسة Zoizou (2018)، ودراسة Lang & others (2018)، ودراسة Maity & et.al (2016)، ودراسة Matsueda & Iton (2015)، ودراسة BØ Bradrand و Altboli & Lin (2011) ودراسة Almedia ,et.al (2010)، ودراسة F. Yoganant ,et.al (2018) ودراسة Wastlund ,et.al (2008)، ودراسة Kruikemeier (2018)، ودراسة de leeuw ,et.al (2016)، ودراسة Zhang (2015)، ودراسة Zantides and ,et.al (2015)، ودراسة Carniglia and Fallon (2008) ودراسة Mosconi ,et.al (2008)، ودراسة Robino (2008)، ودراسة Shapira ,et.al (2009).
 - لم تظهر أية دراسات اعتمدت على منهج دراسة الحالة سوى دراستين Nylèn et.al (2014) لشركة إعلامية رائدة في السويد يُطلق عليها: Bonnier لإلقاء الضوء على جهودها المبذولة في تصميم مجلة إلكترونية، ودراسة F. Yoganant ,et.al (2018) عن الصفحة الأولى لصحف إندونيسيا، وهي صحيفة REPUBLIKA وصحيفة KOMPAS وصحيفة JPNN WEBSITE.
 - يوجد عدة دراسات اتجهت إلى استخدام منهج المسح الإعلامي لمسح عناصر التصميم بالصحف الإلكترونية، أو مسح الجمهور، مثل دراسة: SKLIKA (2018)، ودراسة I. Soliman El Nekhaly (2017)، ودراسة Hassan (2017)، ودراسة Pektas (2012)، ودراسة Gascón (2010)، ودراسة Vargas . (2009)، ودراسة Goya-Martinez (2010).

- واستخدمت كل الدراسات العربية التي تناولت تصميم الصحف الإلكترونية منهج المسح الإعلامي، كما في دراسة إسماعيل وآخرين (2017)، ودراسة الصريدي (2011)، و مصطفى (2011)، عبد الحافظ (2008)، عدا دراسة عبد الرحمن ودراسة أبو راشد (2016) استخدمتا المنهج التجريبي.

رابعاً: فئة أدوات جمع البيانات:

- أغلب الدراسات الأجنبية استخدمت أداة التجربة، وهو أمر طبيعي لأن أغلبها يعتمد على المنهج التجريبي كما ذكرنا في فئة المنهج العلمي المستخدم.
- استخدمت بعض الدراسات الأجنبية أداة الاستبيان، مثل دراسة N. Alotaibi (2014)، ودراسة Hassan (2017)، ودراسة Shapira, et.al (2009).
- الدراسات العربية التي اتجهت إلى استخدام أداة الاستبيان إسماعيل (2017)، وقد استخدمت دراسة الصريدي أداة قياس وتجريب آلية وأداة تحليل الشكل معاً لمعرفة مدى سهولة الوصول للمعلومات. ودراسة كمال (2008) استخدمت صحيفة استبيان وتحليل مضمون، ودراسة مصطفى استخدمت تحليل الشكل والاستبيان الإلكتروني.
- أداة تحليل الشكل مثل دراسة ELPIDA (2018)، ودراسة I. Soliman El (2017) Nekhaly (2017)، ودراسة Hassan (2017)، ودراسة Hassan (2017)، ودراسة Pektas (2012)، ودراسة Vargas (2009)، وهناك دراسات استخدمت تحليل الشكل والمضمون معاً: Jacobson (2011)، ودراسة Gascón (2010)، ودراسة Goya-Martinez (2010)، ودراسة Farhan (2018)، ودراسة Wojdyski and Parks (2015).
- المقابلات كانت دراسة Chouhan & Jonsoon (2019)، استخدمت أداة المقابلة مع المبحوثين بعد إجراء التجربة، ودراسة Nylèn & et.al (2014)، ودراسة Hassan (2017).

المحور الثالث: التحليل النقدي للدراسات في الاتجاه الثالث عن الدراسات التي تناولت الرؤية المستقبلية لدراسات تصميم الصحف:

- ركزت دراسة يحيى (2018) على الملامح العامة للبحوث والدراسات التي أجريت عن تصميم المواقع الإلكترونية خلال المدة من بداية عام 2000 وحتى نهاية 2017، واكتشاف الموضوعات والقضايا البحثية التي عالجتها الدراسات عينة التحليل، والتعرف على التصميمات المنهجية والأطر النظرية لتلك الدراسات، إضافة لأهم النتائج التي توصلت لها، والسعي للتوصل لرؤية مستقبلية، واقتراح أجندة بحثية أمام الباحثين تختص ببحوث ودراسات تصميم المواقع الإلكترونية لتطوير البحوث في ذلك المجال.
- ودراسة de Liguor (2017) تهدف إلى اكتشاف الأساليب الجديدة التي تلزم المصممين بتوجيه القراء في هذا العالم، مع المساعدة السياسية والاقتصادية في مواجهة التغيرات الاجتماعية وصعوبات فهم بعضهم البعض، وكيفية تبسيط التصميم وفقاً للقدرات البصرية واتخاذ قرارات مهمة تهدف إلى الجمال، وتجاوز معاني اللغة

والمكانة والعرق، وغيرها من المعاني، وأن يعكس الحداثة في التصميم وجعلها أسهل في الفهم.

- Spitzmüller (2015) تناولت شرح ديناميكية المعاني التيبوغرافية، والأخذ في الاعتبار مفهوم الخلفية الاجتماعية التي تدعم الأيديولوجيات الاجتماعية وتفاعل الجمهور مع الأيديولوجيات اللغوية والإخراجية بالصحف عينة الدراسة.
- تهدف دراسة Koutsaftikis, et.al (2013) إلى رصد عيوب ومميزات العناصر المستخدمة في الصحف المطبوعة والإلكترونية، وفي هذه الورقة البحثية عرضت منهجيات للمحتوى الإلكتروني.
- دراسة E.Legge and A. Bigelow (2011) تعتمد على مراجعة أدبيات ودراسات سابقة تناولت التيبوغرافيا والنظريات المستنبطة من علم الرؤية، والتي تساعد على فهم الممارسات المطبعية، وتأثير العوامل الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية في تصميمها ومعايير اختيارها، كما تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على تأثير حجم وشكل النصوص في وضوح النص، ونركز على حجم التيبوغرافيا بسبب دورها الحاسم في فهم أداء القراءة، وأهميتها في العصور القديمة والمعاصرة، واستخداماتها في الصحف.
- دراسة Urbanski & Miller (2010) تركز على التأثير المحتمل من المجتمعات الإلكترونية المساعدة في مهنة تصميم الصحف الإلكترونية، وكيف تخلق المجتمعات الإلكترونية أساليب جديدة مبتكرة لمصممي الصحف يستخدمونها للاتصال مع الجمهور. ويتضح من القراءة التحليلية قلة عدد الدراسات العربية المنشورة التي تتناول بحوث المستوى الثاني من الدراسات الخاصة بتصميم الصحف، فلم يكن هناك إلا دراسة واحدة، وهي هند يحيى 2018، التي تناولت تصميم المواقع الإلكترونية، في حين أن الدراسات الأجنبية تنوعت في موضوعاتها كما ذكرنا في السابق، وإن دل ذلك فيدل على أهمية إجراء بحوث تقوم بالتحليل من المستوى الثاني للدراسات، والتي تعتمد على منهج Meta-analysis لرصد الأدبيات والبحوث والدراسات العربية في كل ما يتعلق بدراسات تصميم الصحف، سواء المطبوعة أو الإلكترونية، ودور القائم بالاتصال في مجال التصميم الخاص بالصحف والمجلات والمطبوعات والإعلانات الصحفية المطبوعة والإلكترونية، وعلاقة العوامل الاقتصادية والبيئية والاجتماعية بالتصميم والأداء المهني للمصممين.

التحليل النقدي الكمي للاتجاه البحثي الأول الخاص بدراسات تصميم الصحف المطبوعة

أولاً: من حيث الموضوعات:

جدول رقم (6)

تصنيف الموضوعات في الاتجاه الأول الخاص بتصميم الصحف المطبوعة

الموضوعات	الدراسات العربية	الدراسات الأجنبية	الإجمالي
علاقة عناصر التصميم بإدراك المبحوثين للنصوص أو انطباعاتهم أو تفضيلاتهم لها	1	4	5
انعكاس المضمون على تصميم العناصر	4	4	8
العوامل المؤثرة في شكل تصميم العناصر بالصحف المطبوعة	2	2	4
تطور الصحف المطبوعة بعد تطور التكنولوجيا والتحول إلى التفاعلية	—	5	5
تحليل وتقييم إخراج صفحات الصحف المطبوعة	—	4	4
تأثير قطع الصحف المطبوعة في إخراجها وتصميم عناصرها	1	—	1
العلاقة بين لغة الصحيفة وتصميمها	—	1	1
بحث وتطوير البيانات إلى الأشكال المرئية وتصميمها بالصحف المطبوعة	—	1	1
سمات المخرج الصحفي ودوره في تصميم العناصر البنائية وإخراج الصحف	2	—	2
تقييم الدراسات التي طرحت في تناول البيانات المرئية وعلاقتها بالتصميم	—	1	1
دراسات ركزت على تصميم العناصر التيبوغرافية بالصحف المطبوعة	1	1	2
علاقة التقنيات الحديثة وتأثيرها في شكل إخراج الصحف المطبوعة	2	1	3
تأثير الشخصية الإخراجية للصحف	3	1	4
عناصر الإخراج في الصفحة الأولى	—	3	3
علاقة تصميم العناصر البنائية بالانقرائية	2	—	2
بحث تأثير اتساع وتصميم سطور النص في معدل القراءة	—	1	1
تأثير تصميم العناصر وإخراج الصحف في حركة عين القارئ	—	2	2
إجمالي عدد الدراسات	18	31	49

يلاحظ من الجدول السابق ما يلي: ركزت الدراسات العربية على انعكاس المضمون على شكل وتصميم الصحف المطبوعة، فبلغ عددها أربع دراسات، مثل دراسة عبد الرازق (2009)، ثم تأثير الشخصية الإخراجية في تصميم العناصر البنائية، وإخراج الصحف المطبوعة في المرتبة الثانية، مثل دراسة رياض (2018)، ودراسة عبد الوهاب (2014)، ولم تكن هناك أية دراسات تناولت تطور الصحف المطبوعة بعد تطور التكنولوجيا والتحول إلى التفاعلية، العلاقة بين لغة الصحيفة وتصميمها، بحث وتطوير البيانات إلى الأشكال المرئية وتصميمها بالصحف المطبوعة، وبحث تأثير اتساع وتصميم سطور النص في معدل القراءة، وتأثير تصميم العناصر وإخراج الصحف في حركة عين القارئ.

وبالنسبة للدراسات الأجنبية فجاء موضوع انعكاس المضمون على تصميم العناصر في المرتبة الأولى، وعدد الدراسات في هذا الموضوع بلغ ثمان دراسات، ثم علاقة عناصر التصميم

بإدراك المبحوثين للنصوص، أو انطباعاتهم أو تفضيلاتهم لها، مثل دراسة Haight (2010)، تطور الصحف المطبوعة بعد تطور التكنولوجيا، مثل دراسة Hou Pei & ,et.al (2011)، وتحليل وتقييم إخراج صفحات الصحف المطبوعة والتحول إلى التفاعلية وتأثير الشخصية الإخراجية في تصميم العناصر وإخراج الصحف، وظهرت دراسات لرصد حركة عين القارئ بالصحف المطبوعة، ولم تتناول الدراسات الأجنبية موضوعات تأثير قطع الصحف المطبوعة في إخراجها وتصميم عناصرها، وسمات المخرج الصحفي ودوره في تصميم العناصر البنائية وإخراج الصحف، وعلاقة تصميم العناصر البنائية بالانقرائية.

ثانياً: من حيث الأطر النظرية:

جدول رقم (7) تصنيف الأطر النظرية في الاتجاه الأول الخاص بتصميم الصحف المطبوعة

الإجمالي	الدراسات الأجنبية	الدراسات العربية	الأطر النظرية
3	3	—	نظرية جاشطلت
—	—	—	الإرجومانية
1	1	—	نظرية جاشطلت والإرجومانية معاً
30	18	12	لا يوجد نظريات ولكن الاعتماد على مبادئ التصميم
1	—	1	الاستخدامات والإشباع
1	—	1	نشر الأفكار المستحدثة
3	—	3	السياق الإبداعي
1	—	1	السياق الإبداعي ونظرية البنائية الوظيفية
1	1	—	نظرية OCR
1	1	—	نموذج Selection and effect of press photo
1	1	—	نظرية الاتصال المرني
1	1	—	مقياس Budd attention (1964)
1	1	—	مدخل Kress and van Leeuwen
1	1	—	نموذج AOI
1	1	—	نظرية تعلم الوسائط المتعددة، ونظرية The duel Scripting Principle
1	1	—	Factorial analysis
1	1	—	Management intelligent acronym or document universal system
49	31	18	إجمالي عدد الدراسات

من خلال الجدول السابق يتضح أن أغلب الدراسات العربية لم تعتمد على نظريات معينة لتصميم الصحف المطبوعة، ولكن اعتمدت على تطبيق أسس التصميم ومبادئ الإخراج الصحفي، وجاء في المرتبة التالية استخدام نظرية السياق الإبداعي، فبلغ عدد الدراسات التي استخدمتها أربع دراسات، مثل دراسة رياض (2016) التي استخدمت السياق الإبداعي والنظرية البنائية، ودراسة شفيق (2015)، عيد سعد رحيل (2012)، فوزي (2009)، ودراسة واحدة استخدمت نظرية الاستخدامات والإشباع وهي دراسة إلياس (2013)، ودراسة استخدمت نشر الأفكار المستحدثة وهي دراسة علي (2016)، ولم تستخدم الدراسات العربية أي نماذج أو مداخل نظرية جديدة.

بالنسبة للدراسات الأجنبية اعتمدت في المرتبة الأولى على مبادئ التصميم وأسس الإخراج الصحفي، فبلغ عدد هذه الدراسات 18 دراسة، وجاء في المرتبة التالية نظرية جاشطلت، مثل دراسة (2015) O'connor، ودراسة (2009) Milčić D. & Barbanic Ozretic` Došen & أخرى استخدمت نظريتي جاشطلت والإرجومانية مثل دراسة (2018) Brkljadic. وظهرت العديد من الدراسات استخدمت نماذج ومداخل نظرية متنوعة.

ثالثاً:- من حيث المنهج المستخدم:

جدول رقم (8) تصنيف المناهج في الاتجاه الأول الخاص بتصميم الصحف المطبوعة

الإجمالي	الدراسات الأجنبية	الدراسات العربية	المناهج العلمية المستخدمة
28	18	10	منهج المسح الإعلامي
—	—	—	منهج دراسة الحالة
9	9	—	المنهج التجريبي وشبه التجريبي
—	—	—	المنهج المقارن
2	2	—	منهج تحليل الدراسات من المستوى الثاني
1	—	1	منهج المسح والعلاقات المتبادلة
2	2	—	منهج المسح الإعلامي والمنهج التاريخي
1	—	1	منهج المسح الإعلامي والمنهج التجريبي
6	—	6	منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن
49	31	18	إجمالي عدد الدراسات

يلاحظ من الجدول السابق ما يلي: أكثر المناهج العلمية استخداماً في البحوث العربية والأجنبية هو منهج المسح الإعلامي، ف جاء عدد الدراسات العربية التي استخدمت هذا المنهج عشر دراسات؛ كدراسة فوزي (2009)، والأجنبية (18) دراسة، مثل دراسة Hou Pei ,et.al (2011)، ولم تستخدم الدراسات العربية المنهج التجريبي أو شبه التجريبي، في حين أن الدراسات الأجنبية اعتمدت عليه بشكل أساسي بعد منهج المسح، فبلغ عددها تسع دراسات، كما ظهرت دراسة واحدة عربية استخدمت منهج المسح والعلاقات المتبادلة، وهي دراسة عفانة (2017)، وظهرت في المرتبة التالية لمنهج المسح الإعلامي بمفرده بالدراسات العربية التي تناولت تصميم الصحف المطبوعة منهج المسح والمنهج المقارن.

رابعاً:- من حيث أدوات جمع البيانات:

جدول رقم (9)

تصنيف أدوات جمع البيانات في الاتجاه الأول الخاص بتصميم الصحف المطبوعة

الإجمالي	الدراسات الأجنبية	الدراسات العربية	أدوات جمع البيانات
1	1	—	تحليل مضمون
14	12	2	تحليل الشكل
4	4	—	تحليل شكل ومضمون
1	—	1	تحليل شكل واستبيان ومقابلة وملاحظة
2	—	2	تحليل شكل ومقابلة وملاحظة
1	—	1	استبيان وملاحظة وتحليل شكل
7	6	1	تجربة
1	1	—	تجربة ومعايشة
2	2	—	تجربة ومقابلة مقننة
—	—	—	مقابلة مقننة
1	—	1	استبيان
2	—	2	تحليل شكل واستبيان ومقابلة وأداة مقارنة منهجية
1	1	—	استبيان بالمقابلة
2	1	1	تحليل مضمون واستبيان
4	2	2	استبيان ومقابلة مقننة
6	1	5	تحليل شكل ومقابلة وأداة المقارنة المنهجية
49	31	18	إجمالي عدد الدراسات

يلاحظ من الجدول السابق ما يلي: بالنسبة للدراسات العربية تميزت بندرة الدراسات التي اعتمدت على الملاحظة، فلم يكن هناك دراسات اعتمدت على أداة الملاحظة سوى ثلاث دراسات هي: عبد الوهاب (2014)، ودراسة رحيل (2012)، ودراسة يحيى (2008)، ولم تظهر أداة الملاحظة بالمعايشة في الدراسات والبحوث العربية عينة التحليل.

كانت أداة تحليل الشكل هي أداة رئيسة في الدراسات والبحوث العربية التي تناولت تصميم الصحف المطبوعة، سواء أداة تحليل الشكل بمفردها أو بالإضافة إلى أدوات أخرى كالاستبيان أو المقابلة أو الملاحظة أو أداة المقارنة المنهجية.

بالنسبة للدراسات الأجنبية تركزت على أداة تحليل الشكل والتجربة، سواء بمفردها أو بالإضافة إلى أداة أخرى كالمقابلة أو المعايشة أو تحليل المضمون، كما ظهر عدد لا بأس به من الدراسات التي تناولت تحليل الشكل بالإضافة إلى المقابلة وأداة المقارنة المنهجية، وعددها ست دراسات أجنبية كما في دراسة Coelho (2008).

وظهرت دراسة واحدة أجنبية استخدمت التجربة بالإضافة إلى أداة المعايشة لملاحظة كيفية اختيار محرري الصور في المجلة — عينة الدراسة —، وهي دراسة Rössler, et.al (2011).

خامساً:- عينة الدراسات:

بالنسبة لعينات الدراسة التحليلية في الاتجاه البحثي الأول والخاص بتصميم الصحف المطبوعة العربية والأجنبية، كانت العينة العمدية لها النصيب الأكبر والغالبية على الدراسات التحليلية، سواء في الدراسات العربية أو الأجنبية، مثل دراسة: عبد الوهاب (2014)، ودراسة Grusznski (2011)، ودراسة L. Morris & J. Haight (2014)، وهو أمر طبيعي حيث تعتمد البحوث التركيز على نوع واحد من الصحف وفقاً لجنسيتها أو صفحات معينة بالصحف أو تخصص معين، كصحف الجريمة، أو صحف ثقافية، أو صحف أكثر انتشاراً، وهو ما يعكس حدود الدراسة التحليلية للباحثين.

ولم تظهر سوى دراسات قليلة يقوم فيها الباحثون باختيار عينة الصحف المطبوعة بطريقة عشوائية منتظمة، وهي الأسبوع الصناعي؛ كما في دراسة رياض (2018)، ودراسة Khamis (2018). وقد ظهرت دراسة واحدة استخدمت العينة من أسلوب الحصر الشامل لصحيفة الأهرام والأخبار في أثناء الحروب المصرية، وهي دراسة يحيى (2008).

أما بالنسبة للعينة البشرية فكانت أغلب الدراسات العربية والأجنبية تعتمد على عينة عمدية من الشباب الجامعي أو القائمين بالاتصال والمسؤولين عن الإخراج في مؤسسات مثل دراسة عبد الغني (2011) التي اتخذت عينة عمدية من الشباب ومقابلة مع رؤساء تحرير الصحف التي تم تحليلها، ودراسة Chege (2012) التي اتخذت عينة بشرية لها من طلاب الجامعات ورجال الأعمال وبائعي الصحف من قرائها، ودراسة عفانة (2017) التي اتخذت عينة عمدية في دراستها من الخبراء والأكاديميين في مجال الإعلام والإخراج الفني.

وقد ظهر عدد قليل من الدراسات العربية استخدمت العينة المتاحة من القائمين بالاتصال في الصحف الجامعية؛ كما في دراسة فوزي (2011).

وظهر نوع آخر من العينات يُطلق عليه عينة متركزة، وهي إحدى العينات العمدية، وذلك في دراسة واحدة فقط، وهي دراسة عبد الله (2017).

التحليل النقدي الكمي للاتجاه البحثي الثاني الخاص بدراسات تصميم الصحف الإلكترونية

أولاً: من حيث الموضوعات:-

جدول رقم (10)

تصنيف الموضوعات في الاتجاه الثاني الخاص بتصميم الصحف الإلكترونية

الإجمالي	الدراسات الأجنبية	الدراسات العربية	الموضوعات
1	1	—	التحديات التي تواجه دور النشر الصحفي فيما يتعلق بالصحف الإلكترونية
3	—	3	علاقة الإخراج باهتمامات الجمهور وتفضيلاتهم واستخداماتهم للصحف الإلكترونية
1	1	—	تفضيلات المستخدمين لنسبة البياض بمواقع الصحف الإلكترونية
1	1	—	علاقة تصميم الصحف الإلكترونية باتجاهات المستخدمين نحوها
5	5	—	أنظمة التعرف على العناصر التيبوغرافية بالصحف الإلكترونية
1	1	—	رصد شكل الإخراج والعناصر الجرافيكية
3	3	—	تحسين شكل المحتوى وإضفاء الطابع الشخصي على تصميم الصحف
1	—	1	رضا المبحوثين عن تصميم الصحف الإلكترونية
4	4	—	تفاعلية التصميم بالصحف الإلكترونية
2	2	—	تصميم العناصر البنائية بالصحف الإلكترونية وإخراجها
8	8	—	رصد حركة عين القارئ وتتبعها على صفحات الصحف الإلكترونية
1	1	—	التغيرات الحادثة في تصميم الصحف الإلكترونية نتيجة التكنولوجيا الحديثة
2	1	1	تأثير أساليب الإخراج في العمليات الإدراكية
1	1	—	أثر تصميم الصحف الإلكترونية في جماليات واجهتها
1	1	—	الوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية
1	1	—	البساطة والتعقيد في النسق البصري
1	1	—	علاقة إخراج الصحف بفهم وتفسير الأخبار في إطار الهياكل الاجتماعية المحيطة
4	1	3	انقرائية الصحف الإلكترونية
1	1	—	إخراج الصحف على الهواتف المحمولة
1	1	—	كيفية قراءة المستخدمين للصحف على الهواتف المحمولة
1	1	—	عوامل نجاح تطبيقات الصحف الإلكترونية على الهواتف المحمولة
2	2	—	تفضيلات المبحوثين لتطبيقات الصحف
1	1	—	تحديات التكنولوجيا التي تواجه الصحف الإلكترونية على الهواتف المحمولة
47	39	8	إجمالي عدد الدراسات

يتضح من الجدول السابق أن الدراسات العربية ركزت على موضوعين أساسيين فيما يتعلق بتصميم الصحف الإلكترونية، وهما علاقة الإخراج باهتمامات الجمهور وتفضيلاتهم واستخداماتهم للصحف الإلكترونية وانقرائية الصحف الإلكترونية؛ كدراسة مصطفى (2011)، ودراسة واحدة فقط في كل من رضا المبحوثين عن تصميم الصحف الإلكترونية، وهي دراسة رمضان (2014)، وتأثير أساليب الإخراج في العمليات الإدراكية، مثل دراسة جودة (2010). أما الدراسات الأجنبية فكانت موضوعاتها أكثر تنوعاً وشمولاً من الدراسات العربية، فكانت أكثر الموضوعات هي رصد حركة عين القارئ وتتبعها على صفحات الصحف الإلكترونية، في حين لم تتناول دراسة عربية واحدة هذا الموضوع: مثل دراسة Kruike-meier, et.al (2018)، ودراسة de leeuw & ,et.al (2016)، ودراسة Zhang ,et.al (2015). ثم أنظمة التعرف على العناصر التيبوغرافية بالصحف الإلكترونية، مثل دراسة Buntinx (2017)، ثم التفاعلية في التصميم بالصحف الإلكترونية، مثل دراسة Almedia & ,et.al (2010)، وتفضيلات المبحوثين لتطبيقات الصحف، مثل دراسة Fallon (2014)، وتصميم

العناصر البنائية بالصحف الإلكترونية وإخراجها، مثل دراسة Farhan (2018)، وموضوعات أخرى تطرقت إليها بعض الدراسات القليلة كما هو مبين بالجدول السابق.

ثانياً: من حيث الأطر النظرية:

جدول رقم (11)

تصنيف الأطر النظرية في الاتجاه الثاني الخاص بتصميم الصحف الإلكترونية

الإجمالي	الدراسات الأجنبية	الدراسات العربية	الأطر النظرية
1	1	—	مقياس التفاعلية
22	18	4	مبادئ وأسس الإخراج وعدم استخدام نظريات
1	1	—	تصميم الويب الحساس
1	1	—	مقياس الانتباه المرني
1	1	—	مقياس SUS
1	1	—	نموذج Buchanan's Model
1	1	—	نموذج Contour و Template machining method و based method
1	1	—	Map squarified tree
1	1	—	نموذج تصنيف تحليل النص الرقمي وإستراتيجيات قراءة الصحف الإلكترونية
1	1	—	نموذج HOG
1	1	—	نموذج إنتاج المجلة OAUTH Implementation
3	1	2	النظرية الإرجومانية
1	1	—	نموذج AHP
1	1	—	نظرية القراءة
1	1	—	McLuhan's View
1	—	1	نظرية تمثيل المعلومات
1	1	—	نموذج NIO
1	1	—	نموذج الانحدار
1	1	—	جاشطلت و McLuhan's View
1	1	—	نموذج جذب الانتباه
1	—	1	نظريات الاتساق المتعددة ونظرية الجمال
3	3	—	نموذج AOI (Areas of Interest)
47	39	8	إجمالي عدد الدراسات

يتبين من الجدول السابق أنه بالنسبة للدراسات العربية كانت أغلبها تعتمد على مبادئ وأسس الإخراج وعدم استخدام نظريات، وظهرت دراستان فقط تعتمدان على النظرية الإرجومانية، مثل دراسة البطل (2012)، ودراسة إسماعيل وآخرين (2017). ودراسة واحدة استخدمت نظرية تمثيل المعلومات، وهي دراسة جودة (2010). أما بالنسبة للدراسات الأجنبية فأغلبها تعتمد على مبادئ وأسس الإخراج وعدم استخدام نظريات، وظهرت ثلاث دراسات استخدمت نموذج AOI (Areas of Interest) ونماذج أخرى متنوعة كما هو مبين بالجدول السابق.

ثالثاً:- من حيث المنهج المستخدم:

جدول رقم (12)
تصنيف المناهج في الاتجاه الثاني الخاص بتصميم الصحف الإلكترونية

الإجمالي	الدراسات الأجنبية	الدراسات العربية	المناهج العلمية المستخدمة
19	14	5	منهج المسح الإعلامي
1	1	—	منهج دراسة الحالة
23	21	2	المنهج التجريبي وشبه التجريبي
1	1	—	منهج دراسة الحالة والمنهج التجريبي
1	1	—	منهج المسح الإعلامي والمنهج التاريخي
2	1	1	منهج المسح الإعلامي والمنهج التجريبي
47	39	8	إجمالي عدد الدراسات

يتضح من الجدول السابق أن أغلب الدراسات العربية اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، مثل دراسة إسماعيل وآخرين (2017)، ودراسة البطل (2012) ولم تظهر إلا دراستان فقط تستخدم المنهج التجريبي، وهما نانسي عبد العزيز عبد الرحمن (2016)، ودراسة جودة (2010)، ومنهج المسح بالإضافة إلى المنهج التجريبي؛ كدراسة أبو راشد (2016). بالنسبة للدراسات الأجنبية اتجهت أغلب الدراسات الأجنبية إلى استخدام المنهج التجريبي، كدراسة Lang, et.al (2018)، ومنهج المسح الإعلامي، كدراسة Hassan (2017)، ودراسة Jacobson (2011). وظهرت دراسة استخدمت منهج دراسة الحالة والمنهج التجريبي F. Yoganant & et.al (2018)، ودراسة أخرى استخدمت منهج دراسة الحالة لشركة إعلامية رائدة في السويد Nylèn, & et.al (2014).

رابعاً:- من حيث أدوات جمع البيانات:

جدول رقم (13)
تصنيف أدوات جمع البيانات في الاتجاه الأول الخاص بتصميم الصحف المطبوعة

الإجمالي	الدراسات الأجنبية	الدراسات العربية	أدوات جمع البيانات
—	—	—	تحليل مضمون
6	6	—	تحليل الشكل
3	3	—	تحليل شكل وتجربة
3	3	—	تحليل شكل ومضمون
1	1	—	تحليل شكل ومقارنة منهجية
1	1	—	تجربة ومجموعات بور النقاش
1	1	—	مقابلات مقننة وأرشيف صحفي
23	20	3	تجربة
—	—	—	تجربة ومعايشة
2	2	—	تجربة ومقابلة مقننة
2	—	2	استبيان
4	2	2	تحليل شكل واستبيان
1	—	1	أداة قياس وتجريب آلية
47	39	8	إجمالي عدد الدراسات

يتضح من الجدول السابق أن أغلب الدراسات العربية اعتمدت على التجربة؛ كأداة جمع البيانات، مثل دراسة عبد العزيز (2016)، ودراسة جودة (2010)، ودراسة أبو راشد (2016). واستخدمت دراستان أداة الاستبيان فقط هما البطل (2012)، ودراسة إسماعيل وآخرين (2017)، وأداة تحليل الشكل والاستبيان؛ كما في دراسة كمال (2008)، وقد استخدمت دراسة واحدة أداة القياس وتجريب آلية لمعرفة مدى تناسب مواقع الصحف من أكثر من جهاز، وتقييم تصميم واجهة الاستخدام من خلال قياس مساحات مختارة لصور ملتقطة خاصة بصفحات الويب، وهي دراسة الصريدي (2011).

أما بالنسبة للدراسات الأجنبية فأغلبها اعتمدت على أداة التجربة، فبلغ عددها 20 دراسة، كدراسة Wastlund & et.al (2008)، وأداة تحليل الشكل بلغ عددها ست دراسات، مثل دراسة Farhan (2018)، وتحليل الشكل والمضمون كدراسة Koutsaftikis & et.al (2013)، وتحليل الشكل والتجربة كما في دراسة Fallon. (2014)، أما عن استخدام أدوات تحليل الشكل والاستبيان فلم يكن هناك سوى دراستين، مثل دراسة El Nekhaly (2017).

خامساً:- عينة الدراسات:

بالنسبة لعينة الدراسة التحليلية كانت هناك دراسة عربية واحدة عمدية، وأخرى دراسة تم اختيار العينة التحليلية فيها من نوع العينة العشوائية بطريقة الأسبوع الصناعي، وهي دراسة كمال (2008). وجميع الدراسات الأجنبية كانت العينة التحليلية عمدية كدراسة SKLIKA (2018) عدا دراسة واحدة، فتم اختيار العينة فيها بطريقة العشوائية المنتظمة، وهي دراسة Hassan (2017). أما بالنسبة للعينة الميدانية بالدراسات العربية فكانت أغلبها عمدية، مثل دراسة ولاء (2017) ودرستان فقط العينة الميدانية عشوائية، مثل مصطفى (2011)، و إسماعيل وآخرين (2017). وجميع الدراسات الأجنبية كانت عمدية، مثل دراسة HSIANG (2019) KO & LIU عدا ثلاث دراسات فاعتمدت على عينة المتطوعين، مثل دراسة Ranjan Maity and others (2016)، ودراسة Almedia & et.al (2010).

التحليل النقدي للاتجاه البحثي الثالث الخاص بالدراسات التي تناولت الرؤية المستقبلية لتصميم الصحف:

أولاً من حيث الموضوعات:-

جدول رقم (14)

تصنيف الموضوعات في الاتجاه الثالث الخاص بدراسات تناولت الرؤية المستقبلية لتصميم الصحف

الموضوعات	الدراسات العربية	الدراسات الأجنبية	الإجمالي
على الملامح العامة للبحوث والدراسات التي أجريت عن تصميم المواقع الإلكترونية	1	—	1
اكتشاف الأساليب الجديدة التي تلزم المصممين بتوجيه القراء في هذا العالم مع المساعدة السياسية والاقتصادية في مواجهة التغيرات الاجتماعية وصعوبات فهم بعضهم البعض	—	1	1
شرح ديناميكية المعاني التيبوغرافية، والأخذ في الاعتبار مفهوم الخلفية الاجتماعية التي تدعم الأيديولوجيات الاجتماعية، وتفاعل الجمهور مع الأيديولوجيات اللغوية والإخراجية بالصحف	—	1	1
رصد عيوب ومميزات العناصر المستخدمة في الصحف المطبوعة والإلكترونية	—	1	1
تناولت التيبوغرافيا والنظريات المستنبطة من علم الرؤية	—	1	1
دراسات تركز على التأثير المحتمل من المجتمعات الإلكترونية الصاعدة في مهنة تصميم الصحف الإلكترونية، وكيف تخلق المجتمعات الإلكترونية أساليب جديدة مبتكرة لمصممي الصحف.	—	1	1
إجمالي عدد الدراسات	1	5	6

يتضح من بيانات الجدول السابق تنوع في موضوعات الاتجاه الثالث الخاصة بدراسات تناولت رؤية مستقبلية لدراسات تصميم الصحف، فعلى سبيل المثال ركزت دراسة يحيى (2018) على الملامح العامة للبحوث والدراسات التي أجريت عن تصميم المواقع الإلكترونية خلال المدة من بداية عام 2000 وحتى نهاية 2017.

ودراسة de Liguor (2017) تهدف إلى اكتشاف الأساليب الجديدة التي تلزم المصممين بتوجيه القراء في هذا العالم، مع المساعدة السياسية والاقتصادية في مواجهة التغيرات الاجتماعية. ودراسة Spitzmüller (2015) تناولت شرح ديناميكية المعاني التيبوغرافية، والأخذ في الاعتبار مفهوم الخلفية الاجتماعية التي تدعم الأيديولوجيات الاجتماعية وتفاعل الجمهور مع الأيديولوجيات اللغوية والإخراجية بالصحف عينة الدراسة. تهدف دراسة Koutsaftikis & et.al (2013) رصد عيوب ومميزات العناصر المستخدمة في الصحف المطبوعة والإلكترونية، ودراسة E.Legge & A. Bigelow (2011) تعتمد على مراجعة أدبيات ودراسات سابقة تناولت التيبوغرافيا والنظريات المستنبطة من علم الرؤية، أما دراسة Urbanski & Miller (2010) فتركز على التأثير المحتمل من المجتمعات الإلكترونية الصاعدة في مهنة تصميم الصحف الإلكترونية.

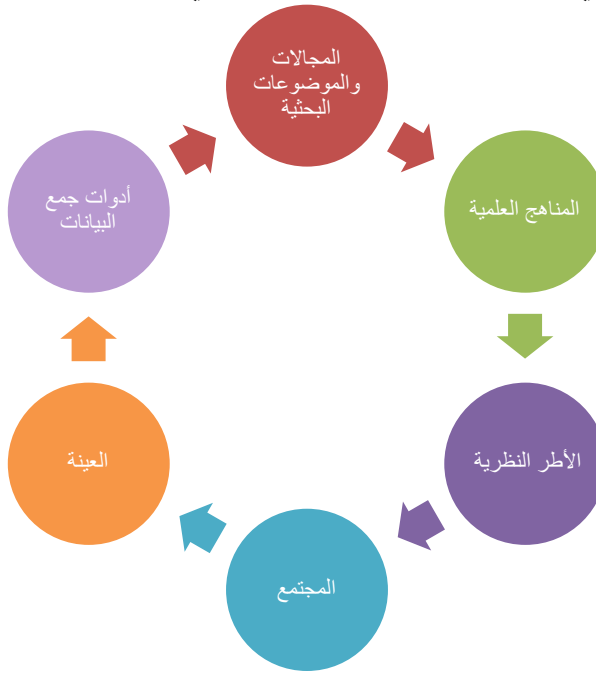
ثانياً: من حيث المنهج المستخدم:

المنهج المستخدم في جميع الدراسات بالاتجاه البحثي الثالث هو منهج تحليل الدراسات من المستوى الثاني للوصول إلى رؤية مستقبلية، فهي تعتمد على مراجعة الأدبيات والبحوث في مجال الدراسة.

ويتضح من القراءة التحليلية ندرة عدد الدراسات العربية المنشورة التي تتناول بحوث المستوى الثاني من الدراسات الخاصة بتصميم الصحف، في حين أن الدراسات الأجنبية تنوعت في موضوعاتها كما ذكرنا في السابق، وإن دل ذلك فيدل على أهمية إجراء بحوث التي تقوم بالتحليل من المستوى الثاني للدراسات والتي تعتمد على منهج Meta-analysis لرصد الأدبيات والبحوث والدراسات العربية في كل ما يتعلق بدراسات تصميم الصحف، سواء المطبوعة أو الإلكترونية، ودور القائم بالاتصال في مجال التصميم الخاص بالصحف والمجلات والمطبوعات والإعلانات الصحفية المطبوعة والإلكترونية، وعلاقة العوامل الاقتصادية والبيئية والاجتماعية بالتصميم والأداء المهني للمصممين.

الرؤية المستقبلية والأجندة البحثية المقترحة لتطوير البحوث العربية في مجال تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية:

تتعدد الإشكاليات الخاصة ببحوث ودراسات تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية على مستوى العالم العربي، وتتمثل هذه الإشكاليات فيما يلي:



شكل رقم (4) يوضح الإشكاليات الخاصة ببحوث ودراسات تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية

بعد استعراض الأدبيات والدراسات السابقة توصلت الباحثة إلى مجموعة من المقترحات والرؤى المستقبلية للبحوث العربية من أجل تطوير الدراسات العربية ولمواكبة كل ما هو جديد فيما يتعلق بتصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية، وحددت الباحثة في ست إشكاليات هي: المجالات والموضوعات البحثية والأطر النظرية والمناهج العلمية والمجتمع والعينة وأدوات جمع البيانات، نتناولها بالتفصيل كما يلي:

المجالات والموضوعات البحثية المقترحة التركيز عليها:

- إجراء دراسات متعلقة بتأثير الإعلام الجديد والتكنولوجيا المستخدمة في تصميم العناصر بالصحف والمجلات المطبوعة والإلكترونية، والخروج بنتائج وتوصيات عن الوضع الراهن لتطوير أساليب الإخراج وإدارة العمل الصحفي بشكل يخدم العملية الإخراجية.
- ضرورة البحث في المستقبل في تصميم الصحف المطبوعة ودراسة العلاقة بين تصميم الصفحة الأولى وحجم مبيعاتها.
- إجراء بحوث عن رضا القارئ عن تصميمات الصفحات الأولى والداخلية بالنسبة للصحف والمجلات المطبوعة من ناحية، وواجهة الصحيفة والصفحات الداخلية لموقع الصحف الإلكترونية من ناحية أخرى.
- أن تقوم كل صحيفة بإجراء بعض الدراسات الاستقصائية الدورية لدراسة القارئ وردود الفعل على المنتج الحالي، واقتراحاتهم على ما قد يكون بالفعل منتجاً جيداً، وزيادة مشاركة مساهمة القارئ واقتراحاته سوف تضمن نجاحاً أكبر في إنتاج صحيفة جيدة ينتمي إليها القراء.
- تزيد الحاجة لمزيد من الدراسات المتعمقة التحليلية والميدانية لإخراج الصحف الإلكترونية وتصميم العناصر التيبوغرافية والجرافيكية والتكنولوجية لرصد جوانبها المختلفة والعوامل المؤثرة فيها وتأثيراتها في المنتج الصحفي النهائي المنشور على الإنترنت، وإجراء دراسات متكررة على مدى زمنية متفاوتة لرصد حجم وطبيعة التغير في أسلوب إخراج الصحف وتصميم عناصرها، مع ربط ذلك بالمتغيرات الخاصة بالصحيفة ونمط ملكيتها وسياستها التحريرية والإخراجية.
- الحاجة إلى إجراء بحوث جماعية تتعلق بإخراج الصحف المطبوعة والإلكترونية على عينات كبيرة مما يسمح بتعميم النتائج على المجتمع الأصلي.
- إجراء مزيد من الدراسات عن العوامل المؤثرة في إخراج الصحف وتصميم عناصرها؛ سواء كانت مطبوعة أو إلكترونية، وأساليب إدارتها في بيئات العمل المختلفة، وعلى مدى زمنية مختلفة، وانعكاسات التغيرات المختلفة على بيئة العمل؛ للخروج من تلك الدراسات بمقترحات عملية من شأنها تحسين أساليب الإخراج في الصحف المطبوعة والإلكترونية، فتحسين بيئة العمل الإعلامي يتيح الفرصة لتطوير إنتاج ونشر الصحف المطبوعة والإلكترونية.
- توجيه اهتمامات الباحثين نحو الاتجاه الكيفي في بحث الظواهر الإعلامية وتدريبهم على المهارات والآليات والأدوات المتعلقة بالبحث الكيفي لإثراء البحوث الكيفية، وإضافة العمق في تفسير نتائجها.
- الحاجة الملحة إلى تطوير المناهج الأكاديمية لطلاب الصحافة بحيث يتم دراسة إخراج وتصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية وكل ما هو جديد في المجال.
- إجراء بحوث لدراسة إخراج الصحف وتصميم عناصرها في وسائط إعلامية جديدة كالهاتف المحمول وأجهزة التابلت للخروج من تلك البحوث والدراسات بمؤشرات تساعد المخرجين الصحفيين على مواكبة التطورات التكنولوجية وكيفية الاستفادة المثلى

- بالإمكانات المتاحة لخدمة الإخراج الصحفي بما يتفق مع المحتوى الإخباري وتلبية احتياجات القراء الحاليين وجذب قراء مرتقبين.
- القيام بدراسات تجريبية لرصد تأثير مسح المبحوثين لكود الاستجابة السريع بالصحف أو المجالات في إدراكهم للأخبار.
- إجراء دراسات عن تطبيقات الهواتف المحمولة VR, AR؛ وهي تطوير لتكنولوجيا الربط بين الصور الثابتة والوسائط المتعددة، واتجاهات المبحوثين نحوها.
- إعداد دراسات لمعرفة اتجاهات الجمهور المصري نحو مطبوعات المؤسسات الإعلامية الأخرى والشركات في كافة المجالات.
- عمل دراسات للكشف عن اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تصميم كود الاستجابة السريع داخل المؤسسات الإعلامية المختلفة.
- دراسة العلاقة بين أساليب إخراج الصحف المطبوعة والإلكترونية وعلاقتها بالعوامل البيئية كالمسئولية الاجتماعية والأحكام الأخلاقية.
- إجراء دراسات على القائمين بالاتصال في صالة التصميم الفني لرصد ضغوط العمل ومحاولة الوصول خلالها إلى توصيات مقترحات تساعد على مواجهة تلك الضغوط والخروج بصفحات مبتكرة الشكل والمضمون بالصحف والمجلات المطبوعة والإلكترونية.
- إجراء بحوث ودراسات مستقبلية مهمتها رصد التغيرات التي طرأت على تصميم عناصر الصحف وإخراجها والتعرف على العوامل التي ساعدت في التغيير.
- إجراء بحوث ودراسات متعمقة عن تصميم صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بالصحف والمجلات.
- إجراء دراسات حول الأكاديميين المتخصصين في مجال الإخراج الصحفي بالكليات وأقسام الإعلام والمعاهد المصرية والعربية نحو تدريس تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية والفروق الشكلية على كافة الأجهزة المتصلة بالإنترنت.
- إجراء دراسات وبحوث حول متطلبات تدريس تقنيات تصميم المواقع الصحفية وتصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية لتخريج جيل مبتكر ولديه مهارة التصميم وإمكانية مواكبة الطفرة التكنولوجية وتدريب برامج النشر والتصميم الحديثة للتعرف على كيفية برمجة مواقع الصحف على اختلاف أنماط إخراجها.
- دراسة التأثيرات المعرفية للوسائط المتعددة بالصحف الإلكترونية على كافة فئات المجتمع للخروج بمقترحات لتحسين تصميم المحتوى الإخباري وتدعيمه وظيفياً وجمالياً بمقاطع الصوت والفيديوهات والرسوم المتحركة والروابط التشعبية والصور الثابتة والمتحركة.
- إجراء دراسات تجريبية وشبه تجريبية عن تأثيرات الوسائط المتعددة بالصحف الإلكترونية في عمليات الانتباه والتذكر.
- دراسة تأثير تصميم العناصر التيبوغرافية والجغرافية والتكنولوجية في العمليات الإدراكية وفي معدلات تذكر المستخدم، وذلك بإعداد دراسات تجريبية وشبه تجريبية على كافة فئات المجتمع من شباب وكبار السن والمرأة وغيرها من الفئات.

- إجراء بحوث ودراسات من شأنها التعرف على احتياجات واهتمامات الجمهور وتفضيلاتهم لكل عنصر من العناصر التيبوغرافية والجرافيكية والتكنولوجية والخروج بمقترحات تساعد المخرجين الصحفيين والمبرمجين على تصور لتصميم تلك العناصر لإشباع احتياجاتهم وتلبية تفضيلاتهم.
- رصد العمليات الإبداعية وعلاقتها بالوسائط المتعددة بالصحف الإلكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- دراسة تصميم الإنفوجرافيك وعلاقته بعناصر التصميم الأخرى بالصحف والمجلات وتطبيقات صحف المحمول.
- إجراء دراسات تجريبية ترصد اتجاهات الجمهور نحو صحافة البيانات وأساليب إخراجها بالصحف الإلكترونية و صحف المحمول.
- دراسة العلاقة بين أسلوب تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية وتشكيل الهوية الإخراجية ومدى ارتباط القراء بها.
- التأثيرات النفسية للألوان المستخدمة في الصحف المطبوعة والإلكترونية في كافة فئات المجتمع.
- إجراء دراسات وبحوث لها علاقة بانقرائية الصحف المطبوعة والإلكترونية
- رصد حركة عين القارئ على الصحف المطبوعة والإلكترونية وتطبيقات صحف المحمول باستخدام أجهزة وبرمجيات بالإشعاعات تحت الحمراء أو باستخدام النظارات الحديثة التي تقوم برصد مسارات حركة العين.
- دراسة علاقة تطبيق أسس التصميم بالصحف والمجلات المطبوعة والإلكترونية و صحف المحمول بتفضيلات الجمهور القراء.
- دراسة علاقة أساليب إخراج مواقع الصحف وصفحات الصحف المطبوعة بتفضيلات الجمهور نحو تصميم العناصر والهيكل البنائي للصحف.
- إجراء مزيد من البحوث والدراسات عن عادات القراءة الانقرائية، وهو ما يفيد في تصميم العناصر وتوزيع الأخبار بما يتفق مع عاداته الانقرائية ومع سياسة الصحف والمجلات المطبوعة والإلكترونية وتحقيق وظيفة الإخراج الصحفي الجمالية والوظيفية.
- دراسة تصميم شعار الصحف والمجلات ومدى ارتباطه بهويتها وأهدافه ودراسة التشكيل البنائي للشعارات المرئية، وكذلك الشعارات اللفظية بما يضمن التوافق الدلالي مع الصحيفة ذاتها.
- إجراء بحوث مستقبلية لرصد سلوكيات المستخدم أثناء قراءة الصحف الإلكترونية وتصفح تطبيقات صحف الهاتف المحمول.
- إجراء دراسات وبحوث مستقبلية ترصد الفروق الإحصائية بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية وتطبيقات صحافة المحمول وفقاً للعوامل الديموجرافية؛ السن والنوع والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي والاقتصادي والمهنة.

- التركيز على الدراسات الخاصة بعلاقة تصميم العناصر المكونة للصحف والمجلات الإلكترونية وإخراج الصفحات بتفاعلية المستخدم داخل الموقع.
- إجراء بحوث على مواقع الصحف الإلكترونية مختلفة الجنسيات ومقارنتها بالمصرية والعربية للخروج بمؤشرات القوة والضعف بما يمكن المصممين والمبرمجين من تطويرها وتحسينها.
- إجراء دراسات وبحوث مستقبلية ترصد العلاقة بين تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية وعلاقتها بمصداقيتها لدى المستخدمين.
- دراسة علاقة أشكال الخطوط المستخدمة بالصحف المطبوعة والإلكترونية بالتأثيرات النفسية والمعرفية للقراء.
- دراسة ألوان أرضيات العناصر التيبوغرافية بإدراك المبحوثين من كافة فئات المجتمع للمحتوى الإلكتروني والمطبوع بالصحف والمجلات، والخروج بمؤشرات للصحف والمواقع الإخبارية تسهم في اختيار أفضل الألوان ودرجاتها.
- إجراء دراسات عن تأثير تصميم العناصر البنائية في تسويق الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت.
- دراسة العلاقة بين الرضا الوظيفي للمخرجين الصحفيين بالمؤسسات الصحفية والسياق الإبداعي في صحف ومجلات مصرية وعربية مطبوعة وإلكترونية.
- دراسة تأثير الإعلانات في تصميم الصحف الإلكترونية وصحف الهواتف المحمولة؛ للوصول إلى نتائج تشير إلى الاستخدام الأفضل ومواقعها بما لا يأتي على حق المستخدم ويلبي احتياجاته المعلنين.
- دراسة تأثير تصميم عناصر البناء بالصحف الإلكترونية في تشارك الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المستخدمين من كافة فئات المجتمع حتى يمكن الخروج بنتائج تفيد المؤسسات الصحفية في زيادة تفاعلية الجمهور المستخدمين.
- إجراء دراسات خاصة بتأثير تصميم النصوص في عملية التذكر كأحد عناصر تمثيل المعلومات.
- إعداد دراسات تحاول الكشف عن العلاقة بين مزيد من الخطوط العربية وعملية الإدراك من ناحية والخطوط الأجنبية وعملية الإدراك من ناحية أخرى.
- إجراء دراسات تتناول تأثير تصميم النصوص على فهم فئات أخرى للمجتمع؛ كالأطفال وكبار السن والمرأة.
- إجراء دراسات لدراسة الفروق بين تصميم العناوين وإدراك المبحوثين لها.

الأطر النظرية:

- الاستناد إلى المداخل النظرية المتكاملة تستفيد من أكثر من تخصص إلى جانب الإعلام، مثل البرمجة وعلم النفس وعلم الاجتماع وعلم الطباعة؛ نظرًا لأن تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية من الموضوعات البنينة.
- اختبار النماذج التي تركز على علاقة التصميم بتفضيلات الجمهور، مثل AOI و Fair clough ونموذج تصنيف التحليل للنص الرقمي The Typology of text analysis a digital (Histograms of oriented gradient).

- تطبيق النظريات التي تتناول علاقة التصميم بالعمليات الإدراكية؛ كنظرية جاشطلت.
- التركيز على نظرية الويب الحساس لرصد علاقة التصميم بالوسيط الإلكتروني المتصل بالإنترنت؛ كالصحف الإلكترونية والهواتف المحمولة والتابلت واللاب توب.

المناهج العلمية:

- التركيز على منهج المسح الكيفي والنوعي في الدراسات العربية المستقبلية لتأثيرات تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في تفضيلات القراء.
- استخدام المنهج التجريبي وشبه التجريبي ومنهج دراسة الحالة والمنهج المقارن ومنهج التحليل النقدي في الدراسات التي تتناول علاقة تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية بالجمهور.

مجتمع الدراسات:

- الاهتمام بمزيد من الأبحاث والدراسات حول العوامل المؤثرة في تصميم الصحف المطبوعة والإلكترونية في الدول العربية؛ كالعراق، وفلسطين، وسوريا، والأردن، والإمارات، والبحرين، وليبيا، والمغرب، وتونس، والسعودية، والكويت، والسودان، حتى يتم التعرف على استخدامات الصحف في المجتمعات العربية للإخراج الصحفي وأساليب توظيف عناصر البناء بها.
- إجراء مزيد من البحوث على فئات مجتمعية مختلفة كالمراة العربية، وكبار السن، والأطفال.

عينات الدراسات:

- زيادة الاعتماد على العينات الكبيرة والضخمة في حجم المجتمعات الدراسية المستخدمة في دراسة تأثير تصميم صفحات الصحف والمجلات في تفضيلات الجمهور وعاداتهم الانقرائية وغيرها من المجالات حتى يمكن الخروج بمجموعة من النتائج يصلح تعميمها، والاهتمام بفئات أخرى بجانب فئات الشباب الجامعي ككبار السن والمراهقين والمرأة والشباب غير الجامعي.
- استخدام عينة مجموعات بؤر النقاش، سواء مع القائم بالاتصال من المخرجين الصحفيين أو مع الجمهور؛ للوصول إلى تصور دقيق بدور الإخراج الصحفي وتصميم العناصر المكونة للصحف والمجلات والتعرف على اتجاهاتهم نحوه.
- استخدام العينة الحصصية للتطبيق على أكبر عدد ممكن من أفراد المجتمع المصري والعربي والتطبيق على عينات مختلفة ومتنوعة وفقاً للعوامل الديموجرافية.
- الاعتماد على عينات من الصحف العربية المطبوعة والإلكترونية وتطبيقات صحف المحمول تمثل سياسات إخراجية مختلفة والمقارنة بينها.

أدوات جمع البيانات:

- التنوع في استخدام أدوات جمع البيانات بالدراسات العربية المستقبلية وتجربة أدوات لم تهتم بها الدراسات السابقة اهتمامًا كبيرًا؛ كالملاحظة بالمشاركة والمقابلات المقننة والتجربة والاستبيان الإلكتروني، وأداة المعيشة وهي أدوات لم تهتم بها كثير من الدراسات السابقة.

هوامش الدراسة

¹ منير حجاب، محمد. 2003. "الموسوعة الإعلامية". القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع ، مجلد 4، ص 1493.
¹ شلبي، كرم. 1989. "معجم المصطلحات الإعلامية إنجليزي-عربي". القاهرة: دار الشروق، الطبعة الأولى.
¹ المرجع السابق نفسه، ص 326.

¹Ozretic` Došen ,Durdana & Brkljacic, Lidija. , 2018, " Key design elements of daily newspapers: Impact on the reader's perception and visual impression". **KOME – An international journal of pure communication Inquiry**, vol: x, Issue: x, p:x.

¹ Schindler , Johanna & Müller, Philipp. 2018. "Design follows political orientation in newspaper page layout". **Visual Communication**, Vol. 17, No.2. p. p:141-161.

¹ Wajitragum ,Pibool. 2018,"The use of graphic design elements for design of newspaper for women". **International Scholarly and Scientific Research & Innovation**, Vol.12, No.10, p. p: 1447-1450.

¹ Neves ,Marco. 2017." Future of print design relies on interaction". **Design for next 12th EAD conference , Sapienza, Univeristy of Rome**, 12-14 April, , p. p: S4087-S4100.

¹Buntinx ,Vincent, Kaplan, Frédéric & X anthos ,Aris. -2017. " layout analysis on newspaper archives". **Paper presented at: Digital Humanities conference**, Montreal , Canada, August 8-9.

¹ علي، سمر. 2016. "القطع الجديد في الصحف المصرية والأجنبية وتأثيره على الإخراج وأساليب التصميم، دراسة تحليلية مقارنة". رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة

¹ Gruszynsik ,Ana, Damasceno ,Patricia, Sanseverino ,Gabriela & DA Rosa Bandeira ,Ana.(2016)."Newspaper design: professional skills from print to multi- platform" **Brazilian Journalism Research**, vol.12, No.3, p. p: 34-55.

¹ R. Lee, & J.-I Moys. 2016. "exploring the relationship between language and design , a study of Hong Kong newspapers". **Visible language**, No.50, vol:2, p. p: 127-149.

¹ Brath ,Richard & Banissi.,Ebad , 2016." Using Typography to Expand the Design Space of Data Visualization". **Journal of design, economic and innovation**, Vol.: 2, Issue1, p. p: 59-87.

¹ferilli, Stefano, Esposito ,Floriana & Redavid, Domenico.(2016)." A study on the classification of layout components for Newspapers". **Paper presented at Italian Research Conference on Digital Library management systems**, vol.701, 2016, p. p: 166-178.

¹ شفيق، هبة، (2015). "سمات المخرج الصحفي وعلاقتها بإخراج مجلات الشباب المصرية: دراسة تطبيقية مقارنة في إطار نظرية السياق الإبداعي. رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام

¹⁵ joseph,Matthew.(2010)." The new newspaper: examining the role of design in the modern print edition". Unpublished study, **Master degree**, Marshall University, Marshall digital scholar w. page Pitt school of journalism and mass communication, p. p: 1-59.

¹ Younes Mokhtari & Abdellah ,yousfi. 2015." Segmentation of Arabic handwritten text to lines". **Procedia computer science**, No.73, p. p: 115-121.

¹ O'connor ,Zena. 2015." Color, contrast and Gestalt theories of perception: the impact in contemporary visual communications design". **Color research and application**, vol.40, No.1, February, p. p:85-92.

¹ Janbi ,Jehan, Al Muhajri, Mrouj & Ysuen ,Ching .2014." The effect of fonts Design features on OCR for Latin and Arabic".**Avestia Publishing, Journal of multimedia Theory and publication**,vol.1., p. p:50-59.

¹ Sulaiman ,Nur Farhana Binti.2014. "Layout and the arrangement of graphic elements in panggau Pemerindang magazine". Unpublished syudy, **Bachelor Degree**, Bachelor Degree of applied arts with honours , faculty of applied and creative arts Universitym Malaysia Sarawak.

- ¹ رحيل ، عيد . 2012. "دور المخرج الصحفي في تدعيم الجوانب الإبداعية في إخراج الصحف الخاصة". رسالة ماجستير غير منشورة. القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، قسم الصحافة
- ¹ InaÇ, Banu. 2012." Analysis of data visualizations in daily newspapers in terms of graphic design". **Procedia- social and behavioral sciences** , No.51, p. p: 278-283.
- ¹ Chege ,Isaac.2012." Impact of Factors that determine newspaper design In Kenya". Unpublished study, **Master degree**, School of the Arts and design , University of Nairobi.
- ¹ عثمان ، أحمد . 2011. تحرير وإخراج الصحف الجامعية المصرية وعلاقتها بالقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس
- ¹ عرفة ، محمد . 2011. استخدام تقنيات الإخراج والإنتاج الصحفي المتطورة في المؤسسات الصحفية المصرية، دراسة حالة مجلة روز اليوسف، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان.
- ¹ uddin ,Kamar & Iqtekhhar Mohd. 2011." San Serif typeface for newspapers, using San Serif type to meet the growing demands of newspapers on typeface". **Paper presented at the annual conference of JSSD, Japanese Society for the science of design** , Available online at: <http://ci.niiac.jp/naid/130004638235>.
- ¹ Onursoy ,Sibel. 2011." Changes in newspaper design formats: practices of post 1980 Era in Turkey". **Anadolu University Journal of social sciences**, Vol.11, No,2 , p. p: 131-146.
- ¹ Keppeler, Johanna , Kramer ,Benjamin & Müller ,Philip . 2015." looking left or looking right? Effect of newspaper layout on the perception of political news". Paper Annual conference, Caribe Hilton, San Juan, Puerto Rico, May 21, p. p: 1-36
- ¹ فوزي، نرمن . 2009. "السياق الإبداعي في إخراج الصحف الجامعية المصرية: دراسة تطبيقية مقارنة على صحف الجامعات الحكومية والخاصة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب.
- ¹ j. Milčić D ,Pibernik . & Barbančić. 2009. " Design for destiny: The case of Croatian newspapers ".**Paper presented at conference of management of technology – step to sustainable production**, Sibenik, , Croatia, June 10-12
- ¹ اللواتي ، نشوى . 2008. "إخراج المجلات الأسبوعية الإخبارية: دراسة تطبيقية مقارنة للمجلات العربية والأجنبية. رسالة ماجستير غير منشورة. القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علم الاتصال والإعلام .
- ¹ يحيى، هند . 2008. "الإخراج الصحفي لتغطية الحروب في الصحف المصرية، دراسة تحليلية مقارنة". رسالة ماجستير غير منشورة. القاهرة: كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة عين شمس.
- ¹ رياض، تسنيم. 2018. الشخصية الإخراجية للصحف المصرية الصادرة بالإنجليزية والفرنسية وعلاقتها بالقدرات الإبداعية للقائم بالاتصال. رسالة ماجستير غير منشورة. القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة
- ¹ Abu Noqaira, Ayman & Alsanfin ,Mustafa. 2018."Editorial design of the front page in the plaestinian Tabloid newspaper". **International Journal of Media , Journalism and mass Communications (IJMJC)**, vol.4, Issue:4, p. p: 41-50.
- ¹ عيسى ، أحمد . 2017. "تكنولوجيا الرسوم وأثرها على إخراج أغلفة مجلات الكوميكس، دراسة تطبيقية". رسالة ماجستير غير منشورة. المنيا: جامعة المنيا ، كلية الآداب ، قسم الإعلام
- ¹Sharma ,Rajesh. 2016." Impact and Relevance of design principles in magazine covers: A content analysis". **Amity Journal of media & communication studies**, vol.6, No.1, p. p: 15-25.
- ¹Tabibzadeh, Seyed. 2016 ."Visual elements in newspapers- A study of two Indian and Iranian newspapers". **International Journal of research**, vol.3, Issue:12, p. p: 761-770.
- ¹ عبد الوهاب ،رالملا. 2014. "محددات الشخصية الإخراجية لصحف الجريمة وعلاقته بالقارئ، دراسة تطبيقية علي صحف الجريمة في مصر خلال عامي 2011-2012". رسالة ماجستير غير منشورة. القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، قسم صحافة .
- ¹ رمضان ، محمود. 2014. "إخراج الصفحة الأولى في الصحف المصرية اليومية الصادرة بعد ثورة 25 يناير: دراسة تطبيقية على صحف الوطن، التحرير، والحرية والعدالة في الفترة ما بين مايو 2011 حتى أبريل 2012". القاهرة: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام. ص . ص 705-800.

¹ Morris ,David L & J. Haight, Mattew. 2014. " America's front pages: A 30- year update". **Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication**, Le Centre Sheraton, Montreal, Canada..

¹ إسماعيل، فتحي. 2013. "الشخصية الإخراجية للصحيفة وعلاقتها بتفضيلات القراء، دراسة تحليلية وميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .

¹ GRUSZYNSKI , ANA . , 2011 " The design of the covers of Zero HORA newspaper from 1990 to 2010" **Brazilian Journalism Research** , vol.7, No.1, p. p: 146-168.

¹ Hou Pei ,Jocelyn, Ibrahim ,Faridah & Pengke ,Chang. 2011." Revisiting media attention score: evolution of Sin Chew Daily's newspaper design". **Journal Komunikasi Malaysian , Journal of communication**, Jilid, Vol.27, No.2, p. p:59-75.

¹ Rössler, Patrik, Bomhoff, Jana , Haschke ,Josef, Kersten ,Jan & Müller ,Rüdiger .2011." Selection and impact of press photography: An empirical study on the basis of photo news factors". **Communications**, Vol.36, p. p: 415-439.

¹ عبد الرازق، لمى، عباس ،هدى. 2009. "فاعلية الإخراج الصحفي في بناء لغة إحصائية دالة لرأس الصفحة الأولى، الصحف الثقافية الموجهة". **مجلة كلية الآداب . العراق. جامعة بغداد ، العدد: 89، ص . ص 294-318.**

¹ شراب، وائل. 2009. "تأثير السياسة التحريرية في إخراج الصفحة الأولى في الصحف الفلسطينية اليومية، دراسة تحليلية لصفح القدس، الأيام، الحياة الجديدة في الفترة من 1996 – 2007"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد الدراسات العربية، جامعة الدول العربية .

¹ عبد الوهاب، نورا، 2008. محددات الشخصية الإخراجية للصحف الخاصة الأسبوعية في مصر، دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس.

¹ Coelho ,Zara.(2008)." Front page layout and reading paths: The influence of Age on newspaper reading". **Communication Studies**, No.4, p. p: 1-14.

¹ عفانة ، هناء. 2017. "علاقة عناصر التصميم الأساس بانقرائية الصحف الفلسطينية اليومية من وجهة نظر خبراء الإعلام". رسالة ماجستير غير منشورة. فلسطين: غزة، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب

¹ حمزة ،الحسن. 2013. "دور العناصر الطبوغرافية في انقرائية الصحافة السودانية". **مجلة العلوم الإنسانية. السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مجلد 24، العدد: 3 . ص . ص 105-114.**

¹Ganayim ,Deia & Ibrahim ,Raphiq.2013. "How Do Typographical Factors affect reading text and comprehension performance in Arabic?". **Human Factors and economics society**, vol.55, No.2, p. p: 323-332.

¹ Salmeròn ,Ladislao , Gil ,Laura & Bråten, Ivar.2018." using eye tracking to assess sourcing during multiple document reading: A critical analysis". **Front line learning research**, vol.6, No.3, special Issue, p. p: 105-122.

¹ Hdsanova, Jana, Holmberg ,Nils & Holmqvist ,Kenneth. 2009. "Tracing Integration of text and pictures in newspaper reading", Available online at: <https://www.semanticscholar.org/paper/Tracing-Integration-of-Text-and-Pictures-in-Reading-Holsanova-Holmberg/eb2adae5215136f57c58bae1b26b350ca3f97c7a> on24/6/2019.

¹ Srinivasan, Balaji, Vinay ,Vishwa & Chhaya ,Niyati. 2019." Content –based Layout optimization". **IUI workshop's19**, USA: Los Angeles, 20 March.

¹ KO ,CHIHHSIANG & CHUN LIU, YU. 2019."Old and young users' white space preferences for online News web pages". **IEEE Access**, Vol.7, p. p: 57284-57297

¹Chouhan, Mihir & Jonsoon, Frida .2019." User experience design on online newspapers , A study of how the user experience design of self – financed Swedish online newspaper is"JÖNKÖPING University, school of engineering , unpublished study, Bachelor of science in engineering programme , available online at: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn%3Anbn%3Ase%3Ahj%3Adiva-43622> on 1/6/2019

- ¹Zoizou, Abdelhay , Zarghihli, Avsalane & Chaker, Ilham." 2018. A new hybrid method for Arabic multi-font text segmentation and a reference corpus construction". **Journal of King Saud University, Computer and information sciences**". Available online at <https://doi.org/101016j.jksuci.2018.07.003-1>
- ¹ SKLIKA ,ELPIDA .2018." Analysing new media: The layout strategy of Greek online press and the audience's reading practices". *Journal of media critiques [JMC]* , vol.4, No.14,p. p: 245-263.
- ¹ Lang ,Thomas, Diem ,Markus & Kleber ,Florian .2018." Physical layout analysis of partly annotated newspaper Image ". **23rd computer vision winter workshop**, cesky Krumlor, Czech Republic, Vienna, Austria, February 5-7.
- ¹ Santhalia ,Vikram & Singh ,Sanjay.(2018)."Design and development of a user specific dynamic e-magazine". **ArXiv preprint** , 13 November ,.p. p: 1-19.
- ¹ إسماعيل ، محمود ، البطل ، هاني ، فراج ،حسن .2017. "علاقة استخدام تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية باتجاهات المراهقين نحو المضمون". **مجلة دراسات الطفولة**. القاهرة: كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، المجلد 20، العدد 76، يوليو . ص. ص 73-79.
- ¹ El Nekhaly, Marwa.2017."Analysis the Egyptian News websites' layout According to responsive web design. **Arts and Design studies** , vol.58, p.p:9-21.
- ¹ Hassan, Sameh.2017." Evaluation of interactive journalistic design in the Egyptian online newspaper". **Arts and Design studies**, Vol.57, p. p: 16-30.
- ¹ Hassan ,Tamer .2017." Arabic typography and visual identity in online newspaper: case study in the Egyptian online Journalism ".**Acta Graphica**, vol.28, No.4, p. p: 149-168.
- ¹Huang, HUI, Liu ,Junjian & Shao, Jianchun. 2016." Research on the interactive design of electronic magazine in the new media era". Paper presented at 6th International conference on Advanced Design and Manufacturing Engineering (ICADME), **Atlantis Press**, p. p: 346-349.
- ¹ Maity ,Ranjan ,etal. .2016. "A Computational Model to Predict Aesthetic Quality of text Elements of GUI". **Procedia computer science**. Vol.: 84, p. p: 152-159
- ¹Matsueda ,Chica & Iton ,Takayuki .2015." History paper : Magazine- style layout of representative web pages extracted from browsing history". **In Proceeding of the 8th International Symposium on visual information communication and interaction**, August 24-26, Tokyo, Japan, p. p:61-68.
- ¹ Nylèn ,Daniel, Hdmström ,Jonny & Lytinen ,Kalle .2014." Oscillating between four orders of design The case of digital magazines". **Design Issue**, vol. 30, No.3, p. p: 35-68.
- ¹ N. Alotaibi, Nasser.2014. "Interactivity in Saudi online Journalism". **Journal of media and communication studies**, Vol.: 6. No: 11, p. p: 165-173.
- ¹ Pektas ,Hasip . 2012 ." Typographic analysis of Turkish newspaper's websites". **Journal Academic Marketing Mysticism online (JAMMO)**, vol.5, Part: 18, Issue: 2, p. p: 271-280.
- ¹ Jacobson ,Susan .2011". Transcoding the news: An investigation into multimedia journalism published on nytimes.com 2000-2008". **New media and society**, Vol.14, No.5, p. p: 867-885.
- ¹ جودة ، هيثم.2010. "تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على العمليات الإدراكية لدى عينة من طلاب الجامعة في إطار نظرية تمثيل المعلومات، دراسة شبه تجريبية". **رسالة دكتوراه غير منشورة**. المنصورة: جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.
- ¹ Gascón ,Joan .2010." Visual impact in the digital press". **Brazilian Journalism Research**. Vol.6, No.2, p. p:120-137.
- ¹ A. Vargas ,Nuno.2009." Setting guidelines on how to design the news online: An analysis of the Portuguese online newspapers and their Spanish, Argentinian and Brazilian counterparts". **The official research Journal of the international symposium on online Journalism at the university of Texas (ISOJ)**, Austin

- ¹ BØ Bradrand ,Gjermund. 2008."Dynamic Layout optimization for newspaper website using a controlled annealed genetic Algorithm" . **unpublished study, Master's thesis** of science in media technology, department of computer science and media technology, Gjøvik University collage
- ¹ Goya-Martinez ,Mariana. 2010." Layout Design and news Juxtaposition". **Paper presented at the annual meeting of the NCA96 th annual convention**, Hilton San Francisco, San Francisco, CA, 13 Nov.
- ¹Farhan , Karim. 2018."Simplicity and complexity in the visual layout of designs children". **Al Academy Journal**, No.89, p. p: 267-280.
- ¹ أبو راشد، ولاء. 2016. "أثر استخدام الأساليب الإخراجية لواجهات الصحف الإلكترونية على تعرض الشباب الجامعي لها". **رسالة دكتوراه غير منشورة**. دمياط: جامعة دمياط ، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.
- ¹O'Donovan, Peter & Agarwala, Aseem. 2014. " Learning layouts for single- page graphic designs". **IEEE**, vol.20, No.8, p. p: 1200-1213.
- ¹ الصريدي، حاتم. 2011. "الصحف الإلكترونية البحرينية: دراسة في تصميم واجهة الاستخدام والوصول للمعلومات". **مجلة ثقافات** [البحرين: جامعة البحرين، كلية الآداب، العدد: 24 . ص. ص 116-129.
- ¹Altboli, Ahamed & Lin, Yingzi. 2011." Investigating of screen layout elements on Interface and screen design Aesthetics." **Advances in Human – Computer Interaction**. Article ID: 659758, 10 pages available online at: <http://dx.doi.org/10>
- ¹ كمال ، أحمد. 2008. "تصميم الصفحة الأولى للصحف الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية". **رسالة ماجستير غير منشورة**. القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الآداب، قسم الإعلام
- ¹Yoganant ,Auria F., Hasyim ,Noor & Muqoddas, Ali. 2018." user success rate to measure usability in responsive website layout changes (case study: Indonesian Newspaper website). **Advances in Social, Education and Humanities Research**, Vol. 207, p. p: 317-320.
- ¹ عبد العزيز، نانسي. 2016. "تأثير تصميم الصحف الإلكترونية على درجة مقرونتيتها: دراسة تجريبية على عينة من الصحف الإلكترونية لدى عينة من طلاب الجامعة". **رسالة ماجستير غير منشورة**. القاهرة: جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام .
- ¹البطل، هاني. 2012.. "إخراج الصحف الإلكترونية وتأثيره على انقرائية الشباب الجامعي التيبوغرافية والجرافيكية لهذه الصحف في إطار النظرية الإرجنومية " . **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، عدد خاص، ص. ص 1157-1202.
- ¹ مصطفى، هبة. 2011. "تأثير إخراج الصحف الإلكترونية العربية على انقرائية الشباب الجامعي لهذه الصحف". **رسالة دكتوراه غير منشورة**. بورسعيد: جامعة بورسعيد، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي .
- ¹ Wastlund ,Erik ,etal. 2008. " The effect of page layout on mental Workload : A dual –task experiment". **The computer in Human Behavior**. Vol. 24, Issue (3). P.P: 1229-1245.
- ¹ Kruike-meier ,Sanne, Lechelor ,Sophie & M.Boyer, Ming. 2018. " Learning From News on the different Media platforms: An eye .Tracking experiment". **Political communication** , vol. 35, No.1, p. p: 75-90
- ¹ de leeuw ,Lina, Segeers ,Eliane & Verhoeven ,Ludo. 2016." The effect of student Related and text related character on student's reading behavior and text comprehension: An eye movement study". **Scientific studies of reading**, Vol.20, No.3, p. p: 248-263.
- ¹ Zhang ,Bing, A ñaños ,Eleng & Zhang., min. 2015." Auditory and visual effection visual attention and comprehension of electronic magazines, study with eye tracker technology". Reunión científica Sobre Atención (RECA) Miraflores de La sierra Madrid 7-9, available online at <http://ddd.uab.cat/recird/36830/?in=en>
- ¹ Zantides ,Evripides, Papadima ,Aspasia & photiadis ,Thomas. 2012." The use of eye- tracker technology to evaluate typefaces, Greek fonts and publication design for screen ". **Typography in publication design, international Conference, at the industrial design center**, India, institute of technology Bombay, Typography day 1st -3rd March.
- ¹ Almedia, Samuel, Mealha ,Òscar & Veloso , Ana. 2010."Empirical study of user behavior on homepage layouts: SAPo Portal case study". **Aveiro**, Vol.13, No.14, 2010, p. p: 263-270.

¹ J.Gibbs ,William & S. Bernas ,Ronan. 2009." visual attention In newspaper versus TV –oriented news websites". **JUS: Journal of usability studies** , Vol.4,Issue:4, p. p: 147-165.

¹ Carniglia ,Elena & Robino ,Carlo. 2008. "Eye tracking analysis in reading online newspaper". **Journal of Eye Movement Research**. Vol.2, Part: 4, No.7 , p. p:1-8.

¹ Mosconi ,Mauro, Porta ,Marco & Ravarelli ,Alice.2008." On- line newspapers and multimedia content: An eye tracking study". **Paper presented at Special Interest Group for Design of communication Conference**, (SIGDOC), Portugal, Lisbon,p. p:55-64.

¹ Wojdyski ,Bartosz & Parks ,Perry.2015." The second Digital Revolution: U.S. newspaper's design for the mobile web". **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 65th Annual Conference**, Caribe Hilton, San Juan, PuertoRico, May21, p. p:1-19

¹ Ćerepinko, Darijo, Mrvac ,Nikola & Milković ,Marin.2015." determination of visual interest points of graphical user interfaces for tablet newspaper applications". *Tehnički Vjesnik*, vol.22, No.3, p. p: 659-665.

¹ Cimen ,Emre & öztürk, Gürkan.2014." An AHP Model to design mobile applications". **International Journal of the Analytic Hierarchy Process**, USA, Washington D.C., June 29-july 2, p.p:1-6.

¹ Fallon, Stephanie.2014." A conjoint analysis of reader preference for layout of tablet editions of magazines".Unpublished study . **Master degree**, A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of science in the college of imaging arts and sciences of the Rochesterins institute of technology, available online at: <http://scholarwork.rit.edu/theses>

¹ Shapira ,Bracha , Shoval ,Peretz & Tractinsky,Noam. 2009." E- paper:A personalized mobile newspaper". **Journal of the American society for information science and technology**, Vol.60, No.11, p. p: 2333-2346.

¹ يحيى، هند. 2018. "بحوث تصميم المواقع الإلكترونية: دراسة نقدية مع رؤية مستقبلية". *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*. القاهرة: المعهد الدولي العالمي للإعلام بالشروق، العدد الرابع، ص. ص 429-524.

¹de Liguor, Mario. 2014. " Returning the aesthetics to the heart of the design process on the conflict between social design and product beauty". **Paper presented at the 12Th EAD conference Sapienza University of Rome**, 12-14 April, p. p: S304-S316.

¹Spitzmüller, Jürgen .2015." Graphic Variation and graphic ideologies: A meta pragmatic approach". *Social Semiotics*, Vol.25, No.2, p. p: 126-141.

¹Koutsaftikis ,Ioannis, Nanas ,Nikolas & Vavalis ,Manolis.(2013)."Front-Paging online newspaper".*Firstmonday*, vol.:18, No.:2-4, February,Available online at : <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4352/3411> on: 18I6I2019

¹ Urbanski ,Steve & Miller ,Amanda. 2010." Online communities' Impact on the profession of newspaper design ". **Paper presented at the annual meeting of the association for education in Journalism and mass communication**, The Denver Sheraton, Denver, Co, Aug 04.

¹ E.Legge, Gordon & A. Bigelow, Charles. 2011." Does print size matter for reading? A review of finding from vision science and typography, **Journal of vision**, vol.11, No.5, Issue:8, p. p:1-22.

¹ عمر، شيرين.2018. «تصميم تطبيقات صحافة المحمول المصرية وعلاقته بتفضيلات المستخدمين». *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*.

القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، عدد 63 أبريل – يونيو. ص. ص 137-214.



IN EGYPT SINCE 1996
Established by Dr.Nawal El Degwi

October Univeristy for Modern Sciences and Arts

جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب





JMIS

October University for Modern Science and Arts

Journal of Media and Interdisciplinary Studies

It's always our pleasure to receive your feedback and comments on the journal email jmis@msa.edu.eg

Journal of Media and Interdisciplinary

**JMIS is a refereed scientific journal, quarterly published -
Faculty of Mass Communication - October university for
Sciences and Arts (MSA)**

Chairman of the board of directors

Prof. Khairy Abd El Hamed

Editor in chief

Prof. Amany Fahmy

Deputy Editor-In-Chief

Prof. Hesham Mesbah

Prof. Laila Abd El Maguid

Prof. Samy Abd El Aziz

Editorial Manager

Prof. Salwa Soliman

Deputy Editorial Manager

Dr. Samar Galal

Dr. Mary Habib

Editorial Secretary team

Mrs. Mariam Magdy

Proofreaders

English: Dr. Hala El Zahed

Arabic: Dr. Sherien El Adawy

Technical Manager

Dr. Hassan Marrie

Design supervision

E-content Department, MSA

Advisory Board

Prof. Adel Abd El Ghafar

Prof. Dalia Abdallah

Prof. Heba Shahin

Prof. Hanan Badr

Prof. Aly Agwa

Prof. Abdallah Al Kindi

Prof. James Richard

Prof. Kerstin Hoppenhaus

Prof. Kim Fox

Prof. Peter Ougondo

Professor Alexis Weedon

Dr. Mark Margaretten



Publication Rules

- Please note that JMIS publishes manuscripts in Arabic, English and French.
- The cover file should include: The manuscript title - Author(s), affiliation, contact information, and e-mail address.
- Paper should be compiled in the following order: The cover file; abstract; keywords; main text introduction, materials and methods, results, discussion; references; appendices (as appropriate).
- Word Limits: A typical paper for this journal should be between **7000** and **15000** words, inclusive of: Tables - References - Figure or table captions- Footnotes – Endnotes.
- Book reviews should be no more than **2000** words.
- The journal uses APA referencing style.

Journal of Media and Interdisciplinary Studies (JMIS) accepts the following types of articles:

- Original articles: These are original research manuscripts. The work should report scientifically sound experiments and provide a substantial amount of new information. The article should include the recent and relevant references in the field. The structure should include an Abstract, Keywords, Introduction, Materials and Methods, Results, Discussion, and Conclusions (optional) sections, with a suggested word count of **7500 - 10000** words (**30 - 40** pages).

- Brief reports: short, observational studies that report preliminary results or a short complete study or protocol.

Brief reports usually contain two figures and/or a table; however, the Materials and Methods sections should be detailed to ensure reproducibility of the presented work. The structure is similar to that of an article, and there is a suggested minimum word count of **2500** words (**10** pages).

- Book reviews: short literature criticizing and analyzing the content, style, and merit of a recently published book.

Full book details should be provided at the beginning of the article. The structure should only include an Introduction and a discussion of critical points with no sections or conclusions, with a suggested word count of **1000 – 2000** words (**3 - 5** pages).



Journal Content

- ◆
• "Impact of Media Violence on Social-Trust Levels among Egyptian Youth: Using General Aggression Model (GAM)"

Dr. Mary Yousry Kamel Habib



Published opinions are those of their owners


Journal of Media and Interdisciplinary Studies

October University for Modern Sciences and Arts (MSA), faculty of Mass Communication is pleased to present its first edition of its quarterly scientific "Journal of Media and Interdisciplinary Studies" (JMIS). JMIS aims to publish scientific research papers in Arabic and English under the supervision of academic professors of Mass Media and Communication. JMIS fields of interest are digital and traditional media studies in the three respective departments: Journalism, public relations and advertising and radio and television. JMIS is also interested in tackling interdisciplinary studies ranging from Media Psychology, Media Sociology, Political Communication, Media and Economics. Coping with today's challenges, JMIS intends to incorporate Artificial Intelligence branches while publishing Media, Health Communication, Media and Sports, Media Management and other sustainable studies. JMIS endeavours to assist academic staff by fulfilling part of their requirements in obtaining their Masters and PhD degrees by publishing scientific research papers, abstracts and academic papers of staff.

JMIS proudly presents the launching of its first edition which includes six research papers , five in Arabic and one in English. JMIS editorial board is pleased to exchange experiences along with good practice in Mass Media Research nationally and internationally. JMIS welcomes receiving your comments and suggestions via the journal's e-mail: jmis@msa.edu.eg

Editor-in-chief
Prof. Amany Fahmy





**Impact of Media Violence on
Social-Trust levels among
Egyptian Youth: Using General
Aggression Model (GAM)**



Dr. Mary Habib

Lecturer, Broadcasting Department

Faculty of Mass Communication

October University for Modern Sciences and Arts (MSA)

Abstract

Violence and television have always been mutual and relative companion of media studies. As Social Capital is an effective operational tool for people who share same sense of identity, values, and background; its facets are used to measure development of Social-Trust. By adding Social Capital measurements in studying the effect of Arabic television violent scenes, the research found that there is noticeable perceived impact of Egyptian actors on Egyptian youth.

The aim behind studying Arabic television production of the young actor and singer; *Mohamed Ramadan*, is the popularity and rapid spread of his work among the Egyptian youth, in addition to the type of sensational and patriotic acting-works (series, movies, songs) he presents.

The research is using General Aggression Model (GAM) for measuring the rate of Social Trust levels among Egyptian youth, because, according to Anderson (2018), it is a comprehensive integrative meta-theory offers practical guide for understanding media violence effects on human aggression, and determines relationship between personality development and social encounters.

The research study depends on quantitative experiment of *Solomon four-group design* linking between arts and science-based study faculties. The experimental groups are exposed to 15-minutes montage video clip of television violent works and the control random groups are only asked to fill pre-test and post-test questionnaire.

Keywords

Violence – Television – Social Capital – Social Trust – General Aggression Model (GAM)

Introduction

Trust, honesty, and reciprocity for any community are well measured through face-to-face connection, but it got stimulated by the exposure of people to the violent media. These three; are socio-psychological factors of Social Capital that affect the quality of public sphere in any society. Social Capital, for mass-media experts, is considered an argumentative cause and effect stimulus; in which media platform like television can affect the audience/users and vice versa.

The Egyptian community, by nature, is famous for friendly warm connections, shared trust, and close neighborhood networks as part of the religious rituals and societal traditions. Egyptian men are also famous for their loyal and generous behavior towards strangers on streets. These are some stereotypical notions about the Egyptian society, which can appear in television drama and movies, especially with young newly actors who are famous for their patriotic, generous, devoted, and gallant acting-trend of role model; like Mohamed Ramadan.

The rate of Social Trust among people is closely related to personality structure and environmental modifiers such as youth backgrounds, raising up environment, career preparedness, education, internships, nature versus nurture, and life experiences. With the effect of these social encounters, people interactions can be studied, especially with someone who has same shared life message, work interest, good connections, or opportunities.

Social Capital is defined as total resources embedded in a social structure which appears in individual actions, or the potential accessed resources of a social network upon a purposeful action. This definition has emerged based on the work of James Samuel Coleman (1988) that social structural conditions of Social Capital help in the shape and creation of a society's human capital.

The main three agents of Social Capital are (1) sense of belonging, bonding, and bridging, (2) feelings of trust, reciprocity and honesty, (3) participation, diversity, citizen power, values, norms and diversity. These terms can be marked as a pattern and productive form of sociability.

On the other face, Social Trust is a belief in honesty, integrity, and reliability in others; and usually people surrounding us like close circles of *family*, *friends*, and *colleagues* to the moderate circle of *neighbors* and place fellows till we reach the far big circle of *public officials*, *strangers*, and *governmental specialists*. It is clear to determine the closeness of individuals, but it is very undetermined to measure who we can be trusted for ourselves or the surrounding society. The rate of crimes, violent actions, mistrust dialogues, and societal misconducts are mostly revealed among youth. Mass media violent content with storytelling features have its impact on receivers that need studying. Social Trust as one of the three facets of Social Capital, conceptualizes the reasons of trust-levels development among Egyptian youth, and the burden won't only settle on media, but also personality and environment modifiers. This perceived impact of social encounter aspects raised the importance of studying rate of generalized Social Trust.

Problem Statement and Significance

Earlier studies on Egyptian youth didn't include violent media effect compared with social and personality encounters development. So, this study aims at investigating level of social-trust among Egyptian youth and whether the perceived impact of violent scenes of Mohamed Ramadan Arabic television works or their social encounters have the stronger effect.

The study's significance appears in observing youth behaviors interpreting other member's stories in the same way they understand, relating to stories

they already lived, or perceiving Social Trust as it is without trying to change others and dealing with them in a respectful manner.

Literature Review

The current study tackles Social Trust, honesty, and reciprocity, as Social Capital socio-psychological factor, where Egyptian youth, and specially from university levels (Williams, 2005) are getting affected by their role model play on Television and Internet television.

The concept of Social Capital; especially Social Trust and reciprocity measurement factors are discussed firstly by Robert Putnam in his book: “*Bowling Alone: The collapse and revival of American community*” (Putnam, 2000). The author, in *chapter 8*, referred to three psychological norms of Social Capital: “reciprocity, honesty, and trust” which are an issue of mutual confidence and security, the motive for people to interact, share kindness, invest in each other’s affairs, and help in other people growth.

Coleman (1988) contend that trust is a system of various levels of cooperation between people to achieve their goals throughout a process of building future obligations and expectations. Social Trust, in general, is defined as source of Social Capital that sustains economic dynamics and governmental performance (Putnam, 1993). Social Trust, in particular, is a way of controlling civilized society by relying on the use of power and force, based on community’s personal experience. Thick trust is a concept based on personal experience and honesty which is defined as family and close friends’ trust embedded as of strong, frequent, and wider network of personal relation. On the other hand, thin trust is a concept based on community norms and general reciprocity that is defined as common networks and unknown people embedded trust as of conventional morals. “Thick trust versus thin trust” as Putnam declared, is different than general trusting for community norm, because people who trust their community fellows tend to volunteer more

often, contribute more to charity, participate more in politics and community organizations, serve more in juries, give blood more frequently, comply more fully with tax obligations, more tolerant with minority views, and display many other forms of civic virtue (Putnam, 1993).

Those people are more honest, trusting and trustworthy. On the other hand, there are a lot of social issues tackled in relation to the Social Trust and how that affect the “socioeconomic complexity accounts” (Putnam, 1993). For example, crime rate is positively affected with the decline in the measurements of Social Capital, trust, and trustworthiness. People tend to get enrolled in law schools to be involved in law enforcement to guarantee the personnel security at first. Lawyers, law enforcement workers, and moral obligators have preventive intentions to provide themselves and the community what is known as “artificial trust.”

Hindman (2011) examines the relationship between Social Trust and community structure. The study uses community level stats (size, density, occupation) and individual level (age, sex, race, gender, income, social participation, media use) as independent variables and Social Trust as dependent variable. Social Capital Community Benchmark Survey (TNS Intersearch, 2006) were used as reference question. This study concludes that community structural pluralism is negatively associated with Social Trust levels, political participation has negative effect on interpersonal trust, hence there’s positive relationship between newspaper use and Social Trust, and there is negative relationship between television use and Social Trust.

On individual basis, by measuring the effect of Social Trust levels with the use of media nature effect, an Egyptian researcher examined the effect of fictional and non-fictional videos of heroic acts on altruistic behavior, while comparing the acts of superhero versus bystander effect on situational altruism (Aboulez, 2016). The study tested 96 undergraduate mass communication students from

Cairo University by exposing treatment groups to fictional or non-fictional videos to measure the reasons for altruistic/non-altruistic behaviors, in terms of their pleasure versus pressure motivation. The first hypothesis assumes that the exposure to fictional videos of heroic acts increases the likelihood of altruistic behavior more than non-fictional videos of heroic acts. H2 assumes that exposure to non-fictional videos of heroic acts is positively correlated with pressure-based pro-social motivation. The third hypothesis also assumes that exposure to fictional videos of heroic acts is positively correlated with pleasure-based pro-social motivation. Lastly, the H4 premises that the exposure to non-fictional videos of heroic acts increases the likelihood of bystander barriers more than fictional videos of heroic acts. The study concluded that the more exposure to fictional videos is more likely to act altruistically than those who exposed to non-fictional videos; in addition to the pleasure-based motivation emotions that fiction videos do.

Ghonimi (2017), Banha University in Egypt, examines the role of urban environment in enhancing Social Capital between Egyptian neighborhood, especially greater Cairo. The research problem addressed the effect of modern residential designs and its effect on social fabrics in Egyptian cities. The main research hypothesis assumes that neighborhood design achieves low Social Capital. Three places were studied: Shubra, Heliopolis, and New Cairo. Four Social Capital factors were studied; however, trust and reciprocity were mostly discussed in context of: sense of safety, strangers' familiarity, tolerance and empathy. Questions first explore resident's socio-economic characteristics then investigates their interaction level and type: reciprocity and trust, safety and security (feeling safe and secure for their families, children and wives to move freely in the community, and for their properties, know their neighbors, trust or faith in other people, and their social engagement). This study results state that Shubra and Heliopolis have high workability and public realm than

New Cairo which increases the sense of safety and security and decreases the criminal rates.

The development of Social Capital between individuals and communities, as it is assumed in 1990's Social Capital theory, needs face-to-face interaction. Television, Internet and digitized media are accused of having their negative impact on the development of Social Capital's four norms, as in proportion of strong *social networks* and ties will decrease when supported by computer-mediated-communication (Qureshi, 2007), *personal interaction* is distracted by the effect of second screen mass media usage; posting comments on Twitter and Facebook while watching television decreases the "Social Television" conversations among viewers (Nee, 2015), and *civic engagement* of political behavior and participation attitudes in the development of Social Capital through television cultivates less-civic minded value pattern among the viewers (Hooghe, 2002). However, when tackling general trust and reciprocity most political-life studies praise the usage of mass media and their positive effect. Political talk-radio listeners and electronic news elite users are high in social interpersonal trust (Lee, 2003), trust and life contentment of online community is enhanced by the community ability of individuals to use the new technology advantages (Lee, 2010), and lastly television and internet linkage studies indicate positive impact on attitudinal and behavioral components of Social Trust (Hooghe, 2015).

Theoretical Framework

As Social Trust, in its simplest form, is the result of social encounters between a group of people who shares the same norms and values, moreover, their habits develop their personality, which in return, affects the whole society members; this current study aims to measure the rate of Social Trust between Egyptian youth who follows violent content presented on television in which some of them is hidden within actions and meaning. Therefore, theoretical

framework will merge Social Capital measurement questions of Social Trust (Social Capital Community Benchmark Survey, 2006) with General Aggression Model (GAM) to measure the Social Trust behavioral rates among Egyptian youth watching violence on television.

General Aggression Model (GAM) was firstly founded to study aggression on television screen by Anderson and Bushman in a set of collective researches about effect of pain, gun images, and media violence (Anderson and Bushman, 2002). The model was mainly invented for a meta-study to the effect of violent video games on the change of players attitudes of more exposure to aggression (Anderson & Bushman, 2001). However, due to the GAM widespread misconceptions about studying violence and aggression, the founders developed new applications for the theory to explain effects of media violence caused by television exposure.

In a recent research study, aggression was defined in the paper as “any behavior intended to harm another person who doesn’t want to be harmed,” (Allen, Anderson and Bushman, 2018), however violence is defined as “any behavior intended to cause extreme physical harm to another person who doesn’t want to be harmed. So, when media shows an action of killing or terrorism, the audience is exposed to the effect of physical harm that is acted or happened to their favorite actor.

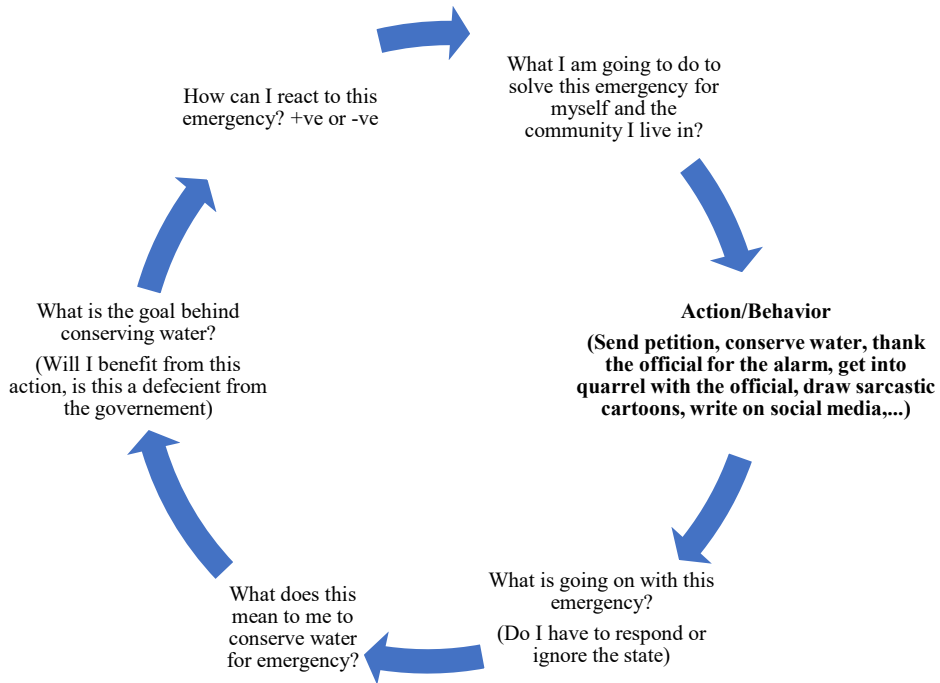
Two major components of GAM, on which studying aggression is explained, are *personality development* and *social encounters*.



Adapted Social Information Process (SIP)

They can be measured with six-step questions of social information process in which emotions, previous experiences, and physiological stress influence the cycle stages.

From this process, rate of aggression actions can be measured in case studies; like “*If public officials asked everyone to conserve water because of some emergency, how likely is it that you act or people in your community would cooperate.*” (TNS, 2006). Answering the six questions of SIP allows the measurement of Social Trust in the public official as follows, see also (El Zahed & Habib, 2020) for Social Trust measurement in water conservation behavior of Egyptian youth:



Applying Water Conservative Behavior model on: Adapted Social Information Process (SIP)

According to GAM, there are **proximate causal factors** that include the decision-making process, and the **distal causal factors** that include

environment and biological modifiers. Proximate causal factors deal with the *personality development* of how the person acts in a certain situation while keeping balance of their internal state to take the proper decision (This practical part will be measured in this study to find out rate of Social Trust that is affected by the social encounters). The distal causal factors influence the broad hidden category of personality, as it's based on genetics, gene developed from the surrounded environment interactions, or some environmental factors like antisocial peers, teaching cultural norms, difficult life conditions, continuous exposure to violent media, group conflict, maladaptive families and parenting, victimization, and violent neighbors. Another distal causal factors can include also biological modifiers like low arousal, poor executive functions, hormones, and impulsive deficits.

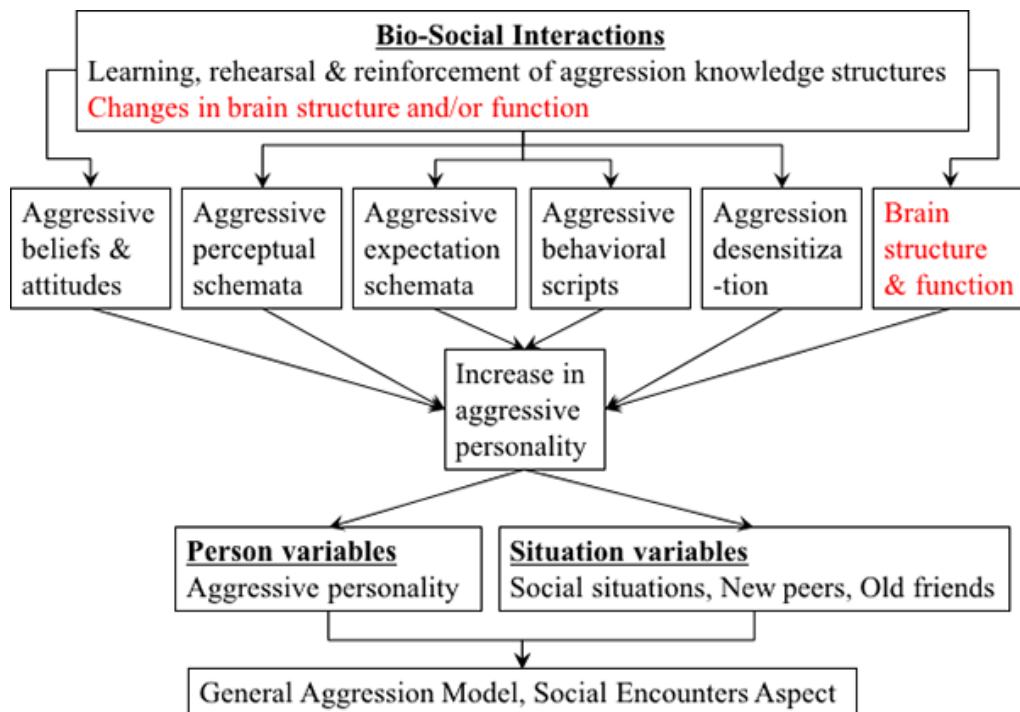
Proximate causes processes involve three stages: inputs (person and situation), routes (internal state of cognition, arousal, and affection), and outcomes (thoughtful and impulsive actions, which produce decision making process).

Person factors include: unstable high self-esteem and narcissism, aggressive self-image, long-term goals supportive of aggression, high self-efficacy for aggressive behavior, normative acceptance of aggression, positive attitudes toward aggression, hostile attribution biases, aggressive behavioral scripts, moral justification of violence, dehumanization, displacement of responsibility, high trait anger, certain personality disorders, low self-control, high neuroticism, low agreeableness, and low conscientiousness. **Situation** factors include: social stress, social rejection, provocation, frustration, bad moods, exercise, alcohol intoxication, violent media, pain or discomfort, ego depletion, anonymity, hot temperatures, noise, the presence of weapons, and threatening or fear-inducing stimuli.

Social encounters affect both distal and proximate causes processes during internal stages of taking the decision. And also, the outcomes of appraisal and

decision making through thoughtful and impulsive actions influence the social encounters, i.e., it's an episodic cycle. Social encounters are many depending on what is offered in television like provocations, pain and discomfort, social stress, threatening and fearful stimuli, social exclusion, uncomfortable temperature, violence, weapons, and witnessed violence.

The six types of aggression based-knowledge structure are defined with expressive examples in a summative review by Bushman (2018). Beliefs and attitudes can appear when the person believes aggression is normal, or evaluating it positively. Perceptual schema happens when person perceives ambiguous events as hostile. Expectation schema lets the person always expect aggression from others. And behavioral scripts draw repeated practices of aggression in which the person believes that the only way to solve any conflict will be easier with aggression.



General Aggression Model (GAM) classified some scopes that determine transformational change happens in individual's personality due to aggression faced in previous experiences, emotions, or current psychological stress; (1) beliefs, (2) aggressive attitudes, (3) perceptual schema, (4) expectation schema, (5) behavioral scripts, and (6) aggression desensitizing.

By using GAM applications for measuring rate of aggression in Arabic Egyptian television drama on youth, here are some questions crafted to determine personality development. It is classified by Bushman et al (2018) as social-cognitive phenomenon that categorize the aggressive knowledge structure. It can be developed through experience and can influence perception on different levels. Data collection will examine the five scopes through these questions as follows:

Scope	Questions
Aggressive Belief	Do you believe that aggression in this scene is considered normal ? Do you believe that anger was normal action in this scene? Do you believe calmness in this scene was abnormal action?
Aggressive Attitude	Do you consider killing the opponent is a positive action in this scene? Do you think screaming is considered positive reaction in this situation? Do you think this poor person acted positively when he robbed the rich ?
Perceptual Schemata	Do you consider the ambiguous reaction of the main character is hostile ? Do you think unclear responses of the actor is considered aggressive ? Do you think the presence of gun make the scene violent ?
Expectation Schemata	Do you expect aggressive reaction of the actor in response to this situation?

	<p>Is there any other solution that could happen except this aggressive action?</p> <p>Do you consider an alternate interpretation for this violent action?</p>
Behavioral Scripts (Repeated practice)	<p>Do you think this conflict should be aggressively solved?</p> <p>Do you think a mistreated person should bully his opponent?</p> <p>Do you think a person should leave his neighbor's house robbed for mistreating his wife or his children?</p>

Aggression behavior can be easily understood in Social Capital contexts like family, school networks, neighborhood community, peer groups, and most expressively in all is town and region interactions. (Gatti, 2007) Social Capital, especially trust level, can be studied from real life stories that occur among members of the community. And more obviously, stories exist in cultures teach their young ones (children and adolescence) to control their ability to aggress others and in return Social Capital and Social Trust is inhabitant between them.

Research Questions and Hypothesis

These research questions and hypotheses are based on previous researchers' findings on Social Trust and Social Capital presented in the literature review. Research questions depend on the application of personality Social Trust and personal social encounters. The RQ are designed to guide the research, as follow:

R1: Are rate of aggression behavior/actions for Egyptian youth got affected by violent

scenes presented on Arabic television drama?

R2: Are Social Trust levels getting more affected by either social encounters or violent

scenes presented on Arabic television drama?

R3: Is high-level Social Trust persona perceive violent scenes of role-model actors as a meaning for patriotic message or life script experience?

Hypothesis: Violent scenes of Arabic television drama have stronger effect on levels of social

trust among Egyptian youth than their social encounters' effect

GAM determines the relationship between personality Social-Trust levels and personal social encounters. These societal backgrounds are shown in similar quality of educational process (same place and received service value), university study (science or arts), and year level - internships (paid, without financial return, or freelance) and career preparedness practices like (attending employment fairs, having updated resume, having LinkedIn account).

Operational Definitions

1. Levels of Social-Trust: Levels of Social Trust, in the current research, depends on GAM applications of Aggressive Knowledge Structure with its five scopes: (1) Aggressive Belief: The normal or abnormal belief of actions: aggression, calmness, anger. (2) Aggressive Attitude: The positive or negative consideration of attitude: killing, screaming, robbery. (3) Perceptual Schemata: The aggressive or violent consideration of perception like unclear responses, using guns. (4) Expectation Schemata: The higher or lower expectation of aggression from others in solving problems or interpretations. (5) Behavioral Scripts (repeated practice): The practice

of acting aggressively in response to aggressive actions: mistreatment, bullying, robbery, conflict, killing ...etc.

2. Societal backgrounds: (1) Educational high-school backgrounds: Thanaweya Amma, British IG or IB, Canadian, or American. (2) Career preparedness during university levels: Having full resume, attends employment fairs inside and outside university campus.
3. Life experiments: (1) Traveling experiences: For fun or education, inside Egypt or outside. (2) Neighborhood relations: Don't know them, Hi-Bye, strong relation. (3) Friendship practices: number of close friends.

Methodology

Due to intended relationship between Egyptian youth Social encounters; namely societal backgrounds (youth nurture, educational life practices & experiences, and career preparedness during university levels), and the perceptible rates of Social Trust among them; this study is designed to find out the perceived impact of sensational scenes (violence, crime, inappropriate sexual acts, gossip, crises, unreal promises, guns and white armed cold weapons, suspicious conversations, uncertainty, distrustful relations, mistrust dialogues, etc.) presented in Arabic television drama visualized by Mohamed Ramadan on Social Trust rates among Egyptian youth.

The study depends on quantitative **experimental design** of *Solomon four-group design* of four faculties classified as arts faculties (Mass Communication "MCOM" - Management "MNG") and sciences faculties (Pharmacy "Pharma" - Dentistry "Dent"). The experimental random groups (R-EG) are exposed to 15-minutes montage video-clip of Egyptian actor Mohamed Ramadan; as experimental treatment to measure perceived impact

of aggression on rate of Egyptian youth Social-Trust. Control random groups (R-CG) are asked to fill pre-test and post-test questionnaire.

All the groups are exposed to staged real-acting situation of two male students fighting for a girl, one of them is taller and stronger than the other to practice his power, family authority, and threat on the other weaker and smaller guy.

The experimental design is classified as shown in the following Table 1.

R N = 68	R (Solomon Four- Group)	O	X	O
	R-EG (n = 15) Pharma & Dent	Pre-test	Treatment	Post-test
	R-CG (n = 19) MCOM & MNG	Pre-test		Post-test
	R-EG (n = 19) MCOM & MNG		Treatment	Post-test
	R-CG (n = 15) Pharma & Dent			Post-test

Table 1. Solomon Four-Group of experimental and control groups

N= Number of cases in the sample frame – n= number of cases in the cluster sample

R= Random Subject – R (Four-Group) = Solomon Four Random Sample

R-EG= Random Experimental Group – R-CG= Random Control Group

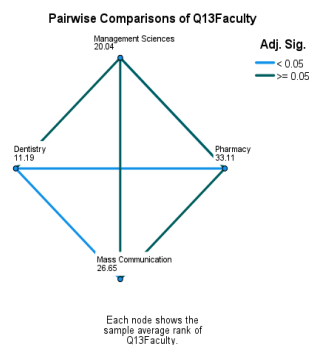
O= Observation of Dependent Variables of either pre-test or post-test

X= Treatment or stimuli

Pilot study

To define the difference between Social-Trust rates of: low-level trust and high-level trust community, Pairwise Comparison test is applied on SPSS; to compare the two paired faculties regarding the most media exposure source that is more likely affecting the participants.

There is statistically significance of (P value <0.001) between Dentistry and Pharmacy. Moreover, adjusted significance among MNG and MCOM faculties is high ($Adj. Sig. = 1.0$) which is (P value multiplied by 2 “the two comparisons faculties = 1); as probability of similarity should be between 0 and 1.0, as shown:



Results

According to Internet Social Capital Scale (ISCS, 2006), the first ten statements in the pre-test are put to test the very close interactions that participants can refer by names and relations.

By using Dimension Reduction analysis for five relationships (family, friends, neighbors, strangers, or don't know anyone at all) inside ten statements, the principal component extraction method is used to reduce the larger set of variables into smaller set of 'artificial' variables to find the total percentage for every statement. As shown below in Table:

Component Matrix^a

	Family	Friends	Neighbors
Shows you love and affection	.980	-.180	
Hugs you honestly	.975	-.129	
Takes you to the doctor if you needed	.965	-.229	
Helps you if you were kept in bed	.930	-.185	.144
Gives you good advice about crisis	.786		-.262
Helps with daily tasks if you were sick	-.444	.881	-.156
Listens to you when you need to talk	.499	.832	-.225
Helps you understand a situation	.499	.832	-.225
Has a good time with		.190	.906
Listens to your private worries and fears	.414	.528	.664

Extraction Method: Principal Component Analysis.

There is a significant relation of Phi and Cramer's ($V=0.09$) between frequency of following Mohamed Ramadan violent works of Arabic television drama and Egyptian youth social encounters' (societal backgrounds: friendships and faculty age, university study "science or arts" and faculty level years, quality of educational process and concept of power).

A negative direction correlation between low-level and high-level trust community with Pearson's ($R= -1.243$) and Spearman Correlation (-1.238) between both communities assumes the stronger effect of violent scenes on youth than their social encounters.

Also, the degree of agreement is positive ($K= 0.041$) which means that there is a good standard relation among watching violent scenes and Social Trust levels among youth.

Social encounters * faculties correlation		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	.468			.098
	Cramer's V	.331			.098
	Contingency Coefficient	.424			.098
Interval by Interval	Pearson's R	-.178	.162	-1.243	.220 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.178	.149	-1.238	.222 ^c
Measure of Agreement	Kappa	.041	.060	.726	.468
N of Valid Cases		49			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

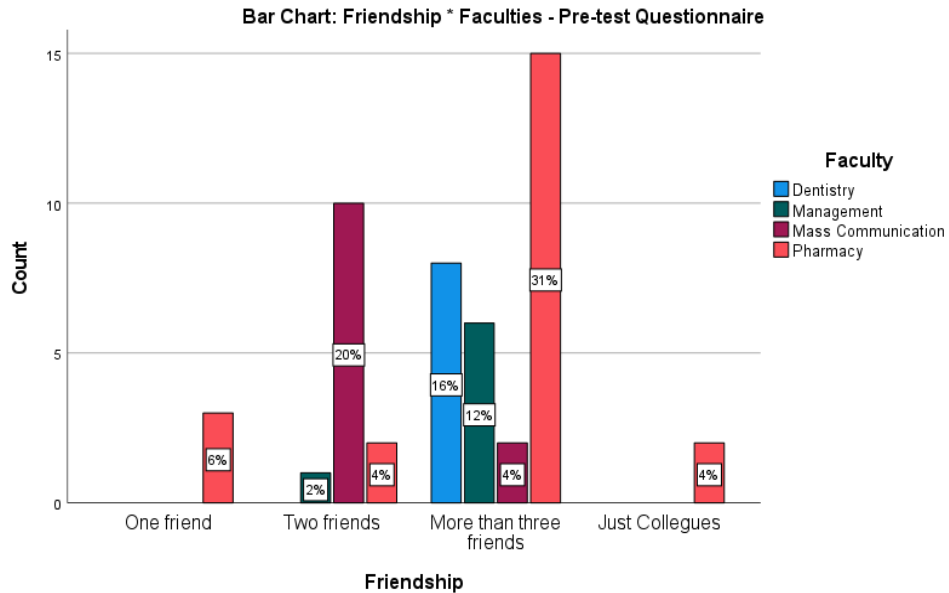
c. Based on normal approximation.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

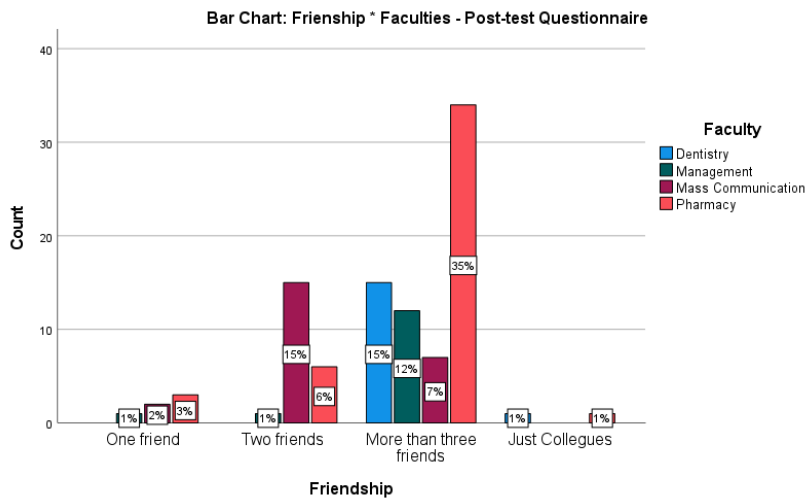
c. Based on normal approximation.

There are also noticeable strong interchangeable positive and negative effects on participants from all trust-levels communities that appear after exposure to the violent scenes; regarding the participants' social encounters in friendships and level of trust.

While testing the independent variables; friendship and faculty, participants' responses for friendship differ from pre-test to post-test questionnaire; which implies the effect of getting exposed to violent scenes from Mohamed Ramadan works in treatment video.



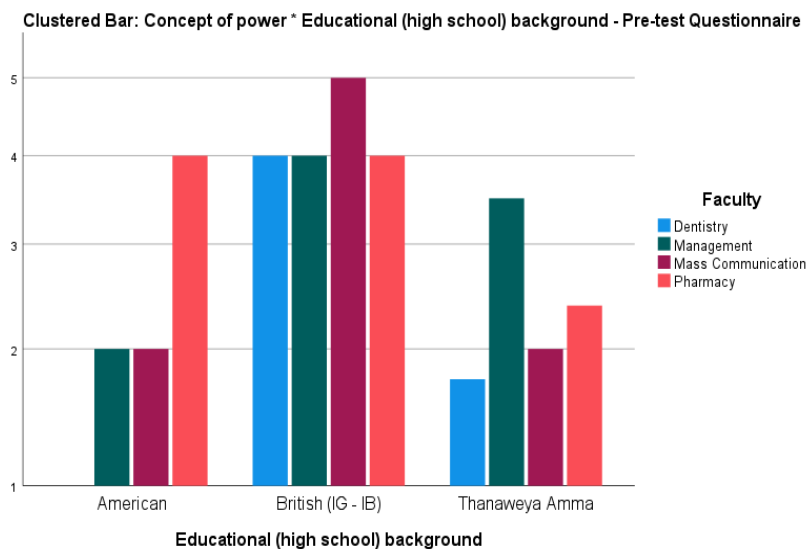
All Dentistry participants, in the pre-test questionnaire, reported 100% for “*more than three friends,*” which changed to be 94% for “*more than three friends*” and 6% “*just colleagues.*” This implies that friendship concept got damaged and participants became in doubt after watching violent scenes.



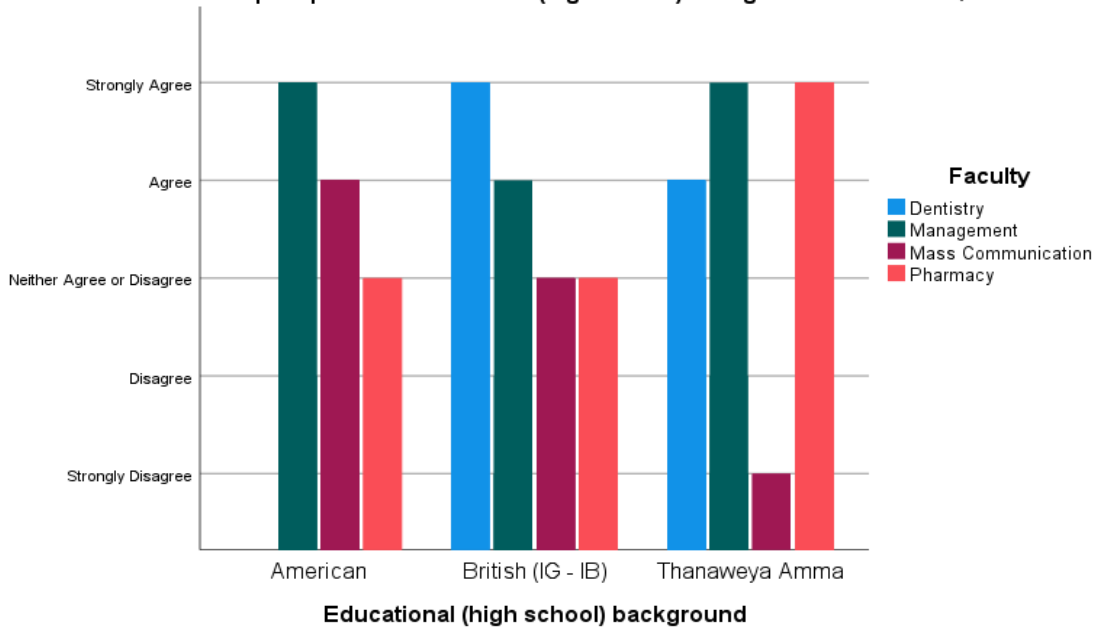
MCOM participants, in the pre-test questionnaire, reported only 83% “2 friends” and 17% “more than 3 friends” of faculty total respondents. In post-test questionnaire, “2 friends” turned to be only 63% and “more than 3 friends” raised up to 30% with new category of 7% for “one friend.” This means that friendship concept is being in doubt as of “2 friends” changed to “one friends.”

MNG participants, in the pre-test questionnaire, reported only 86% “more than 3 friends” and 4% “2 friends.” In post-test questionnaire, “more than 3 friends” had same percentage, but “2 friends” split to 2% “2 friends” and 2% “one friends.” This result reveals the mistrust perceived impact of violence on participants; in which friendship concept changed after treatment exposure.

Pharma and Dent participants, in pre-test questionnaire, reported highest 70% “more than 3 friends”, and average of 10% for “one friend – 2 friends – colleagues.” On the other hand, “more than 3 friends” raised to be 79%, and average of 7% “one friend – 2 friends – colleagues.” This means friendship concept is affected interchangeably after violence, despite 20 years of friendship. While testing another independent variable of high-school background and the faculty, participants’ responses for concept of power differ from pre-test to post-test; which verifies the effect of getting exposed to violent scenes from Mohamed Ramadan works in treatment video.



Clustered Bar: concept of power * Educational (high school) background - Post-test Questionnaire



All faculties scored noticeable change of trust-levels from pre-test to post-test questionnaire; participants changed their thoughts from “disagree and neither agree or disagree” to “agree and strongly agree” that a strong body-builder can take his rights than the weaker one. Except for small percentage in the British (IG – IB) and Thanaweya Amma among MCOM respondents, in addition to American and British (IG – IB) among Pharma participants.

As for the experimental group’s intervention in the stage situation that occurred between the pre-test and post-test; 36.84% of the total participants intervened with both words or actions, while a higher percentage of 63.2% of the total participants didn’t intervene.

The display of words and actions for the control group is reported by the research assistant; as very calm and their conscious was attainable, according to her notice in observant notes; “participants were surprised at the

beginning, then most of them started criticizing what the guy did till they understood that it was staged.” Some of the participants replied; “I stopped for a second to watch and understand what’s happening,” “I was just in a shock,” “My words were: what’s happening,” and “What is this nonsense? Are they serious? This must be fake.”

As for the control group intervention in the stage situation who didn’t get exposed to Mohamed Ramadan stimuli, reported with higher intervention percentage of either words or actions with 60% of the total participants. By counting values within cases, 47.8% of total participants intervened with words only, 52.2% of total respondents intervened with actions and words with a difference of three cases.

The following results analyze the differences among high-level trust community (Dent and Pharma) with low-level trust community (MNG and MCOM) by testing the respondents’ cognitive structure of Social Trust about family, friends, neighbors, and strangers.

There is no significant difference between lower and upper bound of MNG and Pharma; as participants intervened with both words and actions at the same extent. However, Dent and MCOM faculties participants interacted with more words and less actions. This implies the nurture of constructive communication in understanding the perceived message among high-level and low-level trust communities.

By analyzing expectation schema among both high and low-level trust communities after being exposed to the treatment; both science faculties (Dent and Pharma) in comparison to art faculties; reported “Disagree” that they trust to give the poor and beggar money during Ramadan month.

While comparing cognitive structure of behavioral scripts in the repeated practices, all 68 participants intervened in the staged situation with words or

actions with 4% of the total responses. While Pharma participants reported 13.3% intervention in staged situation with words or actions.

Finally, regarding the perceptual schemata, the same responds among MNG and Pharma (who share same commercial background) verses Dent and MCOM (who always use clinics and investigate cases) faculties are the same, when responded to statements: “Would you trust public hospitals when carrying out surgical operations,” and “Would you trust your taxes are paid back in building bridges and for the best of your country.”

Conclusion

The study attempts to examine the perceived impact of violent Arabic television drama on the level of Social Trust among Egyptian youth. The study used the Egyptian actor Mohamed Ramadan’s works of the same proximate causes which include affected surroundings (same university, year-level, and faculties) but different distal causes such as; social encounters: Gender, educational backgrounds, friendship, neighborhood relations, their own financial conditions, career preparedness, and traveling behaviors. Therefore, personality development of Social Trust levels is explained.

The results showed that respondents with high-level Social Trust can develop an aggressive personality with violent decisions more than low-level Social Trust ones; due to their cognitive thoughts that lead to creation of their violent actions. Pharma and Dent faculties respondents (high-level social-trust community) think that Mohamed Ramadan is a patriotic figure, prefer watching his works, and consequently, more than half respondents intervened aggressively in the study’s experimental staged situation with either words, actions, or both. On the other hand, less percentage of aggressive thoughts and actions are recorded among the low-level social-trust community (MNG and MCOM faculties), when experimental and control groups are compared.

In conversant result, most low-level trust communities who share same distal causes (societal encounters) of female gender and American educational background think that Mohamed Ramadan is a patriotic figure and prefers to watch his works individually; and not in groups.

These results show that Egyptian youth with the same social encounters can get affected by violent scenes watched on Arabic television, hence violent scenes have stronger effect on levels of trust among youth to their friends.

The study results showed strong relationship among the two science faculties (Dent and Pharma) in high trusting level to their family members, friends, neighbors, and fairly with the public officials. However, the two art faculties (MNG and MCOM) are having relatively low-level of social-trust with confidence interval level of 40%. This range explains why science faculties of high-level social-trust thinks that aggressive actions that Mohamed Ramadan are showing with some hostile emotion makes him a patriotic figure for Dent and Pharma; but zero percent of MNG and MCOM reported Yes for his actions. And as a result of that, the cognitive structure of Social Trust is highly detected and can be obviously studied among high-level Social Trust communities.

In addition to that, these results are compatible with General Aggressive Model of studying the personality development of Social Trust levels by studying the two personality components; person and situations that he/she faces and affects his/her actions, as all participants from control and experimental groups are exposed to the 22 statements of real life-script situations (derived from the Social Capital Community Benchmark Survey, 2006).

These statements reveal current general view of the Egyptian youth cognitive structure (the study sample of the chosen population). Educational background affects their beliefs in trusting public hospitals and taxes paid back in building

bridges and the country, in which MNG and Pharma educational system supports the government and faculties of Dent and MCOM mistrust public hospitals and the government taking taxes for their benefit.

Accordingly, the results have been proven true for research hypothesis: *Violent scenes of Arabic television drama have stronger effect on social-trust levels among youth than their social encounters' effect*, in which strong interchangeable positive and negative effects on participants from all trust-levels communities appear regarding trusting in friends. Dent-friendship concept got damaged and participants became in doubt who to trust, MCOM-friendship concept is being in doubt as of “two friends” changed to “one friend,” MNG-friendship concept turns to mistrust, and Pharma-friendship concept is affected interchangeably among participants after exposure to violent scenes, despite their twenty years of friendship as stated in demographics.

Limitations of the current research:

- Lack of studies conducted on Social Capital in Egypt
- Lack of studies published on experimental design methodology on Social Capital in Egypt
- For the sake of the experimental study, the consent of consuming one hour of students in sciences faculties; Dentistry and Pharmacy, were very difficult. In addition to persuading them to watch Mohamed Ramadan works.
- More background questions were added to ensure the validity of the study's results analysis in finding the relation between the level of general trust among youth and distal causes that created their personality.

Recommendations for future researches:

- More future studies can depend on this research findings in measuring change of thoughts and attitudes to beliefs on sample from the same place, because 53 questions were asked briefly describing the close and far relationships circles of the participants.
- This study results are well-suited for further deep studies of taking decisions during internal stages of cognitive structure, as of the same proximate causes and different distal causes that are presented in the sample type and size.
- This study can be replicated with the same calculations and hypotheses on varies sample of universities of different societal background, career preparation, and life experiences; because external reliability is granted by measuring level of Social Trust with experimental research design of the Egyptian society and internal validity is also fixed for the establishment of causal relationships
- compared to spurious ones by using real life situations scripts.

References

- Aboulez, N. (2016). Superhero v bystander effect: Effects of fictional and non-fictional media priming on situational altruism [Master's thesis, the American University in Cairo]. AUC Knowledge Fountain.
<https://fount.aucegypt.edu/etds/567>
- Anderson, C. (2018). Media Violence and the General Aggression Model. *Journal of Social Issues*, vol. 74, no. 2, pp. 386–413.,
 Doi:10.1111/josi.12275
- Coleman, J. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, volume 94, pp. S95-S120. University of Chicago Press.

- Hindman, D. (2011). Social Capital in a Community Context: A Multilevel Analysis of Individual- and Community-Level Predictors of Social Trust. *Mass Communication and Society* Division of the Association for Education, volume 14, issue no. 6, pp. 838–856, doi:10.1080/15205436.2011.611608.
- Hooghe, M. (2002). Watching Television and Civic Engagement: Disentangling the Effects of Time, Programs, and Stations. *Harvard International Journal of Press-politics*, volume 7. PP. 84-104. DOI: 10.1177/1081180X02007002006.
- Hooghe, M. (2015). Internet, Television and Social Capital: The Effect of ‘Screen Time’ on Social Capital. *Information, Communication & Society*, volume 18, issue no. 10, pp. 1175–1199., doi:10.1080/1369118x.2015.1022568.
- Lee, G. (2003). The Effects of News and Entertainment on Interpersonal Trust: Political Talk Radio, Newspapers, and Television. *Mass Communication and Society*. Volume 6, issue no. 4, pp. 413-434. DOI: 10.1207/S15327825MCS0604_5.
- Lee, J. (2010). The Computer-Mediated Communication Network: Exploring the Linkage between the Online Community and Social Capital. *New Media & Society*, vol. 12, issue no. 5, pp. 711–727, doi:10.1177/1461444809343568.
- Nee, R. (2015). Second Screen Effects: Linking Multi-Screen Media Use to Television Engagement and Incidental Learning. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, volume 23, issue no. 2, pp. 214–226, doi:10.1177/1354856515592510.
- Putnam, R. (1993). *Making democracy work. Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press.

- Putnam, R. (2000). Chapter 8: "Reciprocity, Honesty, and Trust" Book:
"Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community."
Simon & Schuster.
- Qureshi, I. (2007). The Influence of Computer Mediated Communication on
Social Capital: A Disaggregated Approach. AMCIS Proceedings.
<http://aisel.aisnet.org/amcis2007/385>
- TNS Intersearch. (2006). Social Capital Community Benchmark Survey.
Roper Center for Public Opinion Research, Saguaro Seminar at the
John F. Kennedy School of Government, Harvard University.
<https://ropercenter.cornell.edu/sites/default/files/pdf/usmisc2006-soccap.pdf>
- Williams, K. (2005). Social Networks, Social Capital, and the Use of
Information and Communications Technology in Socially Excluded
Communities: A Study of Community Groups in Manchester,
England." *University of Michigan*, Dissertation,
<https://learnerweb.org/btop/docs/pdf/WilliamsDissertationonSocialCapitalandTechnology.pdf>.

Faculty of Mass Communication

JMIS

Journal of Media and
Interdisciplinary Studies
Volume 1 - Issue 1 - September 2022
Quarterly Publication

Print ISSN 2812-6270 Online ISSN 2812-6289



26 July Mehwar Road intersection
with Wahat Road, 6th October City.



jmis@msa.edu.eg