



أخلاقيات النشر الإعلامي في شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات في فلسطين Publication Ethics in Social Networks During Crisis in Palestine

طلعت عبد الحميد عيسى *

الجامعة الإسلامية بغزة (فلسطين)، tissa@iugaza.edu.ps

تاريخ النشر: 2020 /10/29

تاريخ القبول: 2020 /10/02

تاريخ الاستلام: 2020/06/07

المخلص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة رأي خبراء شبكات التواصل الاجتماعي في الأخلاقيات والضوابط الواجب توافرها في النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين خلال الأزمات، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج المسح، وكانت أداة الدراسة هي المقابلة المعمقة مع عينة عمدية من 32 خبيراً ومتخصصاً في مجال شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين في المدة بين 7 - 25 فبراير 2020م. وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية الخبراء يعتقدون أن الواقع غير جيد وهناك فوضى في النشر، وأن اللوم يقع على عاتق النشاط بشكل أساسي، ويتفق الخبراء على الأهمية البالغة لوضع ضوابط ومحددات للنشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي خصوصاً خلال الأزمات، وأن أهم هذه الضوابط هي التأكد من دقة المعلومة، وعدم التسرع في النشر، وذكر المصدر بشكل واضح، والابتعاد عن التشويه والتشهير، ومراعاة الحساسية الأمنية والاجتماعية عند النشر، فيما يشير الخبراء إلى أن أهم الأخلاقيات الواجب توافرها في القائم بالنشر على شبكات التواصل الاجتماعي هي: التحلي بالروح الوطنية والحرص على تماسك المجتمع، والرقابة الذاتية والمسئولية الاجتماعية، والالتزام بالأداب العامة للمجتمع، واحترام حرمة وخصوصية أفراد المجتمع، وأنه لا يمكن حصر النشر الإعلامي على فئات معينة لأنه يتعارض مع حرية الرأي والتعبير، وأنه من الأفضل توعية الجمهور إلى خطورة النشر الإعلامي، وأخلاقياته.

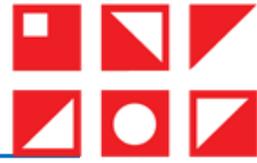
كلمات مفتاحية: أخلاقيات النشر الإعلامي - شبكات التواصل الاجتماعي - الأزمات في فلسطين.

Abstract:

This study aimed to know how social media experts think on the ethics and standards that must be social networks' publishing in Palestine during crises, it is a descriptive study that used the survey method, and the study tool was the in-depth interview with an purposive sample of 42 experts and specialists in the field of Social networks in Palestine from 7-25 February 2020.

The study found that the majority of experts believe that the reality is not good and there is chaos in publishing, they blame mainly the activists, they agree on the critical importance of setting standards and limitations for media publishing on social networks, especially during crises, such as accuracy, not to rush to publish, mention the source, avoiding distortion and defamation, and considering societal sensitivity when publishing, they suggested many ethics like showing the national spirit, ensuring the cohesion of society, self-censorship and social responsibility, adhering to the public morals of society, respecting personal sanctity and privacy, and that media publishing cannot be limited to categories because it conflicts with the freedom of opinion and expression, and it is better to educate the public about the seriousness of media publication and its ethics.

Keywords: Media Publication Ethics - Social Networks - Crisis in Palestin



1. مقدمة:

برزت الحاجة مؤخراً لوضع قواعد وضوابط أخلاقية للنشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديد نتيجة الاستخدام الهائل لهذه الشبكات وعدم وجود ضوابط لهذا الاستخدام، فقد أصدرت الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار دليلاً ضم القواعد التي وضعتها الصحف الأمريكية لتنظيم استخدام الصحفيين للإعلام الاجتماعي، كما أصدرت البي بي سي دليلاً خاصاً باستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في قسم الأخبار، وشجعت وكالة الأنباء الفرنسية صحفييها على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي محذرة من أن سلوك الصحفيين في مواقع الشبكات الاجتماعية يؤثر بشكل مباشر على صورة الوكالة (الحمامي، 2013).

يقول الصحفي في صحيفة لوموند الفرنسية ييف إيدس إن المواطن العادي لا يستطيع أن يرى الصورة الكلية للخبر الذي ينشره، فهو يرى ما يريد هو أن يراه، فينقل وجهة نظره هو، وتقول المديرية التنفيذية لمركز الصحافة المستقلة في رومانيا أيونا أفاندي: في الوقت الذي يمكن لأي شخص أن يكون صحفياً، تحتاج وسائل الإعلام التقليدية إلى إيجاد طريقة لتمرير قيم الصحافة الجيدة، أي الحقيقة والدقة والتوازن، فالقيم والمعايير الصحفية لا ينبغي أن تكون امتيازاً للصحفيين المحترفين فقط. ومن المعروف أن القضية الفلسطينية بحالات متعاقبة من الأزمات التي تعصف بها منذ بدايتها وقد تصاعدت هذه الأزمات مع تصاعد الإجراءات الإسرائيلية القمعية والعنصرية في كل أرجاء فلسطين، ولعل من أبرز هذه الأزمات الاعتداءات الإسرائيلية المتواصلة على أراضي قطاع غزة والتي نتج عنها آلاف الشهداء والجرحى وتدمير عشرات آلاف البيوت والمصانع والمؤسسات، بالإضافة إلى أزمات يعيشها أبناء الشعب الفلسطيني في قطاع غزة تتمثل في فترات تصعيد محدودة تنتهي بعد عدة أيام بعشرات الشهداء والجرحى.

وفي ظل هذه الأزمات تبرز شبكات التواصل الاجتماعي ودورها الكبير في نشر المعلومات والتفاصيل ومتابعة الأزمات التي يمر بها أبناء الشعب الفلسطيني، إلا أن هذه الأزمات والاستخدام الهائل لشبكات التواصل الاجتماعي والاعتماد الكبير عليها في استقاء المعلومات خلق فوضى كبيرة تمثلت في المعلومات مجهولة المصدر، وعدم دقة المعلومات، والاستعجال في نشرها، وانتشار الشائعات، والنقل دون تمحيص، والنشر لغير المختصين، وهذا الأمر يتسبب في حالات من عدم اليقين عند الجمهور الفلسطيني وانتشار الشائعات وحالات الخوف والقلق والمعلومات المضللة.

في تاريخ 2016/4/6م انتشرت صورة لياظمة على شاطئ بحر عسقلان المحتلة احتوت على نص واضح يحذر من تسونامي قادم بتاريخ محدد، حيث تناقل نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي في غزة الصورة بشكل واسع الأمر الذي أثار ذعراً عند الجمهور، حيث أحلى كثير من سكان المناطق المحاذية للشاطئ منازلهم، وتفاعلت الجهات الرسمية مع الخبر ونشرت تطمينات



من الشرطة والدفاع المدني، وتبين عدم صدق هذه الأنباء، وعند البحث في وسائل الاعلام تبين أن ما حدث كان خدعة من أجهزة أمن الاحتلال التي أرادت إخلاء منطقة في شاطئ عسقلان لعملية أمنية.

الواقعة تركت تساؤلات كثيرة، كان أهمها حول ضوابط وأخلاقيات النشر في شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أن الأزمات المتلاحقة تجعل النشر العشوائي وغير الدقيق سلاح ذو حدين، في ظل الأزمات التي أفرزها الاحتلال في الوضع الداخلي الفلسطيني إضافةً إلى الأزمات الداخلية التي هزت بنية المجتمع الفلسطيني بامتدادها، ووصلت إلى حالة من الاقتتال الداخلي راح ضحيته للثبات، وأصيب فيه الآلاف من المواطنين الأبرياء، ولم تكن شبكات التواصل الاجتماعي بعيدة عن كل هذه الاحداث، فقد أصبحت أحد أنماط وسائل الإعلام السائدة في المشهد الإعلامي الفلسطيني.

في ظل هذه الحالة المعقدة فإن ما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي يعتبر من أخطر أنواع النشر الإعلامي على بنية المجتمع الفلسطيني، فدولة الاحتلال بالإضافة إلى استهدافها الجمهور الفلسطيني بشكل مباشر، لها محاولات عديدة بالاستهداف غير المباشر والذي قد يتورط فيه الكثير من النشطاء بغير قصد من خلال رسائل متنوعة تركز بشكل واضح على المواطنين الفلسطينيين، وذلك بهدف تثبيط عزائمهم، وبث روح الضعف والهزيمة بين صفوفهم، ومحاولة إجهاد نضالهم المستمر ضد الاحتلال، ومحاولة تفجير الأوضاع الداخلية، وبث الفتنة، وتعمل باستمرار على تشكيك الفلسطينيين في قياداتهم والتقليل من شأن المقاومة، وعدم قدرتها على مسك زمام الأمور، والتسبب في فقدان ثقة الشعب بها.

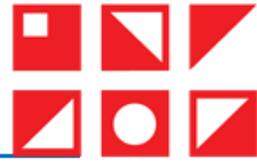
ومن هنا تأتي هذه الدراسة لمعرفة رأي المختصين والخبراء ونشطاء التواصل الاجتماعي في الأخلاقيات الواجب توافرها في النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين خلال الأزمات والضوابط المطلوبة من أجل ضمان تدفق حر للمعلومات عبر المنصات التي يقبل الجمهور عليها، وفي نفس الوقت ضمان دقة المعلومات وأمانتها وعدم تسببها في انتشار الشائعات والفوضى داخل المجتمع الفلسطيني.

2. الإجراءات المنهجية للدراسة

1.2 الدراسات السابقة:

رغم حداثة شبكات التواصل الاجتماعي في علوم الإعلام، إلا أن الحديث حول أخلاقيات وضوابط النشر عليها أثار جدلاً واسعاً بين المتخصصين ولم يتوقف منذ بدايتها، وقد أجريت عدد من الدراسات التي تناولت أخلاقيات المهنة الصحفية وضوابطها وتشريعاتها، وبالذات في الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي.

ومن هذه الدراسات دراسة (بن مسعود، 2019) التي حاولت تقديم رؤية جديدة للممارسة المهنية الصحفية وأخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية، ودراسة (بن عمار، 2019) أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الإعلام الجديد من خلال دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين، كما حاولت دراسة (سلامن و مهني، 2019) الوقوف على الضوابط الأخلاقية



والقانونية للإعلام الجديد والمشكلات القانونية في هذه البيئة، وتطرق دراسة (علال، أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد (دراسة قانونية في الجزائر)، 2019) إلى الأخلاقيات المهنية في زمن الإعلام الجديد من خلال تجارب عملية في مجال تنظيم استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي، وحاولت في دراسة ثانية (علال، أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد، 2018) تناول هذه الأخلاقيات من ناحية قانونية.

وهدف دراسة (الداغر، 2018) التعرف على اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية، فيما تناولت دراسة (مهيرة، 2018) أخلاقيات الإعلام الجديد وصحافة المواطن وتحدياتها التنظيمية والأخلاقية، ودراسة (بوزانة و فنور، 2018) التي تطرقت إلى مشكلة انتهاك الخصوصية في الإعلام الجديد وعلاقتها بحرية التعبير، كما ناقشت دراسة (بشريف، 2018) حتمية الضبط الأخلاقي للممارسة المهنية في وسائل الإعلام الجديد، من خلال وضع موانع لأخلاقيات المهنة الصحفية، تواكب وتضبط العاملين في تلك الوسائل.

في حين تناولت دراسة (بن حمودة، 2017) مدى التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة على الفيسبوك، وحاولت دراسة (شاطري، 2017) قياس أثر غياب الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد على الشباب العربي وأهمية التربية الإعلامية لهؤلاء الشباب في ظل الإعلام الجديد، أما دراسة (العسولي، 2017) فناقشت المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الإلكترونية الفلسطينية، في حين استعرضت دراسة (عزي، 2017) قوانين الإعلام وأخلاقياته في ضوء الإعلام الاجتماعي وعلاقة الإعلام بالمجتمع والأدوار الجديدة التي يطرحها الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية، وتمحورت دراسة (Khan & Ayyoob, 2017) حول الأمن الإلكتروني وأخلاقيات الإعلام الاجتماعي، أما دراسة (Mukherjee, 2017) فقارنت بين أخلاقيات التواصل الاجتماعي التقليدية وأخلاقيات شبكات التواصل الاجتماعي.

أما دراسة (العتيبي، 2016) فتطرق إلى المسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد في مواقع الصحف الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، وتناول دراسة (كويبي، 2015) إشكالية أخلاقيات الصحافة في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، وقواعد ضبط الممارسات الإعلامية في ظل هذه التحولات الجديدة للإعلام، وأجريت دراسة (فوكولتي، 2014) على عينة من العاملين في المواقع الإلكترونية العراقية للتعرف على رأيهم في اعتماد لوائح أخلاقية للإعلام الجديد، وأشارت دراسة (اللبان، 2014) إلى الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد.

كما نجد دراسة (Chaudhuri, 2014) التي كانت حول الأخلاقيات في الصحافة والإعلام الجديد والإعلام المرئي، وتناولت دراسة (Jane, 2014) أخلاقيات الإعلام الجديد من خلال نصوص الكراهية فيه، ودرس (الحمامي، 2013) أخلاقيات الصحفيين في زمن الإعلام الجديد وحدود حرية الرأي والتعبير عندهم، وتقدم دراسة (Bowen, 2013) مجموعة من المبادئ التوجيهية الأخلاقية التي تحكم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، في محاولة لفهم أعمق للأخلاقيات في زمن الاتصال الرقمي.



1.3 أهمية الدراسة:

- أ - خطورة الأزمات التي تمر بها القضية الفلسطينية.
- ب - التأثير الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي وانتشارها عند الجمهور الفلسطيني الذي يعتمد جزء كبير منه على هذه الشبكات في استقاء الأخبار والمعلومات.
- ت - الفوضى المنتشرة في النشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي وعدم وجود محددات وضوابط لهذا النشر.
- ث - استغلال الاحتلال الإسرائيلي لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات والأخبار المضللة وإثارة الفرع والإحباط عند المواطنين الفلسطينيين.
- ج - قلة الدراسات العربية والفلسطينية التي تناولت محددات النشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي والأخلاقيات الواجب توافرها في القائم على النشر على هذه الشبكات.

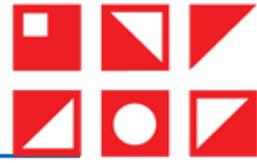
1.4 أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

- هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الضوابط والأخلاقيات الواجب مراعاتها في النشر الإعلامي في فلسطين عبر شبكات التواصل الاجتماعي في أوقات التصعيد والأزمات من وجهة نظر الخبراء، وتحاول هذه الدراسة الإجابة عن التساؤلات الآتية:
- أ - ما تقييم الخبراء للنشر الإعلامي من النشطاء والإعلاميين والمؤسسات الإعلامية في فلسطين عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
 - ب - ما أهمية وضع ضوابط للنشر الإعلامي في فلسطين عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات من وجهة نظر الخبراء؟
 - ت - ما الضوابط والأخلاقيات التي يجب مراعاتها في النشر الإعلامي في فلسطين عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات من وجهة نظر الخبراء؟
 - ث - من هي الفئات المخولة بالنشر الإعلامي في فلسطين عبر شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الخبراء؟
 - ج - ما المشاكل التي تنجم عن عدم وضع ضوابط للنشر الإعلامي في فلسطين عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات من وجهة نظر الخبراء؟
 - ح - ما مقترحات الخبراء لضبط عملية النشر الإعلامي في فلسطين عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات؟

1.5 منهجية الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، وتعتمد على منهج المسح الإعلامي، وهو جهد علمي منظم يساعد على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات والملاحظات عنها، وكانت أداة الدراسة هي المقابلة المعمقة مع خبراء شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد.

1.6 عينة الدراسة:



أجريت الدراسة على عينة عمدية بلغت 32 من الخبراء الفلسطينيين في شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد، وتم تقسيمهم إلى ثلاث فئات هي الأكاديميين في مجال الإعلام الجديد، والناشطين والصحفيين الفاعلين على هذه الشبكات ولهم أعداد كبيرة من المتابعين والأصدقاء، والمختصين في مجال شبكات التواصل الاجتماعي، وأجريت المقابلات في المدة بين 12 - 25 فبراير 2020م.

3. نتائج الدراسة ومناقشتها

فيما يلي نتائج المقابلات المعمقة التي أجريت على 32 من الخبراء والنشطاء والأكاديميين في مجال شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين في المدة بين 12 - 25 فبراير 2020م.

1.2 تقييم واقع النشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي:

يشير غالبية الخبراء إلى تقييم متشائم لواقع النشر الإعلامي في فلسطين على شبكات التواصل الاجتماعي، فالواقع الحالي غير مرضٍ وهناك فوضى في النشر وعدم تدقيق في محتوى ما يتم نشره وذلك في إطار السعي لتحقيق سبق وزيادة أعداد المتابعين والإعجاب، وعشوائية مُفرطة في التناول إضافةً إلى غياب الرؤية للمؤسسات الإعلامية التي يمكن أن تعكس طبيعة التخطيط والتنظيم الحقيقي للتناول، الأمر الذي يؤكد غياب التخطيط الاستراتيجي، كما "تشهد عملية النشر الإعلامي عبر شبكات التواصل الاجتماعي حالة من الفوضى وعدم المسؤولية نظراً لعدم إلمام النشطاء بضوابط وأخلاقيات النشر الإعلامي كما أثرت حالة الانقسام بشكل سلبي وغير مهني على أداء بعض الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية في نشر لغة الكراهية على حساب المصداقية والموضوعية والمهنية.

ويلقي معظم الخبراء اللوم على النشطاء الفلسطينيين، وبعض الأشخاص الهواة الذين يتخذون من شبكات التواصل وسيلة لنشر الأخبار غير المؤكدة، ويعتملون في نشر الكثير منها على المواقع والمصادر الإسرائيلية التي تنشر معلومات مغلوطة وبالذات في أوقات الاعتداءات الإسرائيلية، كما أن هذا النشر لا يتم وفقاً لاستراتيجية واضحة لدى القائمين على النشر، بالإضافة إلى عدم احترام بعض الناشطين لجمهورهم واستخفافهم بتفكير الجمهور، حيث لا يتناسب النشر في كثير من الأحيان مع أخلاقيات العمل الصحفي، فالجميع يحاول أن يكتب وأن يتصدر المشهد بأكبر كم من الإعجابات والمشاركة، دون ضبط حقيقي للمحتوى المنشور.

ومن أسباب هذا الوضع أن النشطاء أكثرهم من الهواة، حيث يبادرون بالنشر بناءً على قريحهم من مكان وقوع الحدث، أو يسارعون في النقل عن صفحات وتغريدات ناشطين آخرين، في ظل ضعف الوعي بأسس وأخلاقيات النشر الإلكتروني.



كما أن كثيراً من النشطاء والإعلاميين يهتمون بالترويج لأنفسهم حيث يستغل عدد منهم الشهرة على شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره الكبير على جمهوره وبيت خلال الأزمات موضوعات مثيرة يقوم فيها بتلميع شخصه والتحشيد لمواقف معينة، مما يشير لعشوائية في النشر وضعف التنظيم من الجهات المسؤولة وبالذات وزارة الإعلام ونقابة الصحفيين الفلسطينيين. ويرى البعض أن طابع الانقسام والتشردم لا زال يهيمن على النشر الإعلامي، ما يضعف الرسالة، ويجعلها أقل تأثيراً، حيث لا يختلف واقع النشطاء الذين يمثلون المواطن الصحفي عن واقع الصحفيين ومؤسساتهم الإعلامية، وبالتأكيد لا يمكن فصل هذه الحالة عن الاحتلال الذي يسعى كل فترة لبث إشاعات وأخبار مغلوبة ويقع الناشط والإعلامي الفلسطيني في شرك هذه المعلومات والأخبار وينقلها دون التأكد من صحتها، مما يسبب حالة من الإرباك والقلق لدى المواطنين.

في حين ينخفض مستوى التشاؤم عند الحديث عن النشر الإعلامي من قبل المؤسسات الإعلامية حيث يتسم الواقع بانضباط أكبر رغم عدم وجود ناظم موحد لجميع المؤسسات، حيث أن النشر من قبل مؤسسات إعلامية معروفة له جانب إيجابي إلى حد كبير في متابعة أخبار الأزمات والتصعيد الإسرائيلي، كما أن المؤسسات الإعلامية تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي ما نشرته في الوسيلة التقليدية غالباً وتحاول في ذلك قدر الإمكان، الالتزام بأخلاقيات النشر، لكنها في بعض الأحيان لا تلتزم بتلك الأخلاقيات، لعدة أسباب أهمها السبق الصحفي أو عدم التخصص في بعض المجالات، إلا أن المؤسسات الإعلامية تتبنى غالباً ذات أساليب النشر التقليدية دون مراعاة لتطورات الاتصال الاجتماعي سواء من حيث نوعية الموضوعات والأشكال، أو من حيث قراءتها وتحليلها المسبق لطبيعة وخصائص جمهور مواقع الشبكات الاجتماعية.

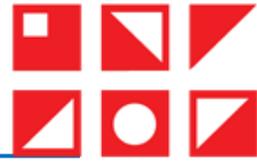
كما يخلو قانون النشر والمطبوعات الفلسطيني الذي صدر عام 1995م من أي مادة تنظم عمل الصحافة الإلكترونية أو النشر على شبكات التواصل الاجتماعي، ولم يطرأ عليه أي تعديل حتى تاريخه، هذا علاوة على أن قانون الجرائم الإلكترونية يصنفه الخبراء والمختصون على أنه قانون عقوبات.

فيما يشير البعض إلى وجود تطور ملحوظ في الأداء ناتج عن نضوج التجربة الفلسطينية، وتنامي الشعور بالمسؤولية لدى رواد التواصل الاجتماعي كون أن المجتمع الفلسطيني يقع تحت الاحتلال.

1.3 أهمية وجود ضوابط للنشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي:

يتفق الخبراء على الأهمية البالغة لوضع ضوابط ومحددات للنشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي خصوصاً خلال الأزمات التي تمر بها القضية الفلسطينية سواء كانت هذه الضوابط للمؤسسات الإعلامية أو للناشطين الذين يتابعهم عدد كبير من الجمهور على هذه الشبكات.

وأهمية تلك الضوابط تكمن في أنها بمقدورها الحد من تفاقم الأزمة وتقليل الضغط السلبي على صنع القرار في فلسطين والتأثير على قراراتهم وقت الأزمات، كما أنها ستسهم في الحد من الشائعات التي تنشط في شبكات التواصل الاجتماعي خلال



الأزمات، وهذا ينعكس بشكل إيجابي على إدارة التصعيدات والأزمات، كما أنها تقي الكثير من الإعلاميين من الوقوع ضحايا الأخبار الموجهة التي تبثها جهات معادية أو أجنداث خارجية.

كما أنها تسهم في الحفاظ على دور الإعلام في تقديم الحقيقة والمعلومات بشكل أمين ودقيق بما يخدم الجمهور المتلقي، حيث أن غياب هذه الضوابط إلى حالة من التسيب والفوضى وعدم الثقة بما يتم نشره، وهو ما يؤثر سلباً على مجمل العمل الإعلامي على شبكات التواصل الإعلامي، حيث أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور خطير في نقل الأفكار والأخبار بلا تيقن وبلا تحقق والأمر الذي ينعكس على النسيج المجتمعي، مما يبرز أهمية وجود هذه الضوابط.

كما أجمع الخبراء على وضع هذه المحددات والضوابط بشكل لا يمس بحرية الرأي والتعبير، فهذه الضوابط والمحددات يجب أن تندرج تحت أخلاقيات مهنة الصحافة أكثر من كونها تشريعات إعلامية قانونية حتى لا تكون سيف مسلط على الإعلاميين يحد من حرية التعبير، حيث يتم هذا الأمر من خلال توعية الإعلاميين والنشطاء بأهمية النشر والتحقق من المعلومات وتوقع أثر ذلك على الجمهور وتكون هذه الضوابط نابعة من مسؤوليتهم الاجتماعية نحو ذاتهم ومؤسساتهم الصحفية والمجتمع ككل، بحيث يستطيع التمييز بين ما يمكن نشره وعدم نشره، كما أن هذه المحددات يجب أن تكون أقرب إلى عملية تنظيم تشارك فيها القطاعات والمؤسسات المنتخبة مع رفض أي ضوابط تحد من حرية الرأي والتعبير وحرية الاعتقاد.

ويساعد وضع هذه الضوابط في عدم تمرير المعلومات الخاطئة على المواطنين، والتصدي لنشر الإشاعات والأخبار المغلوطة، والمحافظة على توجيه وتوحيد المسار الوطني الشامل للخطاب الإعلامي الفلسطيني، واستقرار اللحمة الوطنية الداخلية، وتنمية روح المسؤولية القانونية والمهنية.

كما أنه من الضروري وجود قوانين وضوابط تحكم وتنظم عملية النشر وتوجيه هذه العملية بشكل سليم وفق رؤية صحيحة تضمن عدم خداع الجمهور أو الدعوة لأفكار تضر بالقضية الفلسطينية أو تؤزم المواقف وترهب المواطن، ويبدو هذا الأمر واضحاً عند متابعة تعامل الاحتلال مع وسائل الإعلام إبان الأزمات والحروب ومنع النشر لبعض الأخبار التي تمس أمن دولة الاحتلال وهو أمر يؤكد أن الحرية مكفولة بتحقيق عوامل الأمان للمجتمع الفلسطيني، حيث يقوم بعض الناشطين بنشر أخبار أماكن القصف وغيرها رغبة في السبق الصحفي وهو أمر خطير.

وشدد الخبراء على الفوائد المتوخاة من هذه المحددات ومنها: الحد من التجاوزات الإعلامية في التنافس للسبق الصحفي، والعمل على تقليل الإشاعات والأخبار المزورة، والعمل على توحيد السياسات الداخلية لمواجهة الحرب النفسية، وضبط الخطاب الإعلامي الداخلي، والحفاظ على الأمن والسلم المجتمعي للمجتمع الفلسطيني وخصوصاً في غزة.

في حين أكد بعض الخبراء أن هذه الضوابط يجب أن لا تكون مقيدة لعمل الصحفي، كما حصل في قانون الجرائم الإلكترونية الذي رفضه الإعلاميون في فلسطين لما فيه من جوانب تقييد العمل الصحفي أو الإعلامي، وأن تكون حرية الرأي والتعبير مكفولة ضمن هذه الضوابط.



ويرى البعض أنه لا يمكن وضع ضوابط نشر بالمعنى القانوني القصري الإلزامي، ولكن يمكن تبني حملات وأنشطة توعوية، فمواقع الشبكات الاجتماعية هي الأساس منصات جماهيرية لم تصمم أصلاً كي تخضع للسيطرة والتقييد بالمفهوم المركزي، ولكنها صممت للتحرر منه بطريقة تفاعلية.

1.4 ضوابط النشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي:

حدد الخبراء مجموعة من الضوابط والمحددات المطلوبة للنشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي خصوصاً خلال الأزمات، منها:

1. التأكد من دقة المعلومة وصحتها ودقة البيانات والتصريحات والوقائع.
2. الرجوع للمصدر الرئيس للخبر أو المعلومة.
3. التريث وعدم استباق الجهات الرسمية خاصة الصحية والأمنية وقت الأزمات.
4. عدم النقل عن شبكات التواصل الاجتماعي دون الثبوت من المصدر، وذكر المصدر بشكل واضح.
5. عدم المبالغة والتهويل وعدم التسرع في النشر.
6. عدم خلط المعلومة بالرأي مع وضوح الفرق بين الاثنين.
7. عدم التعاطي مع الصفحات المشبوهة، وعدم نشر الأخبار نقلاً عن صفحات الاحتلال ومنسقيها وناطقياها، والابتعاد عن مصادر الاحتلال ومقاطعتها.
8. الابتعاد عن التشويه والتشهير.
9. مشاركة الخبر نقلاً عن مصدره الأصلي عند إعادة النشر أو التغريد وليس نسخه.
10. الالتزام بالموضوعية والحيادية في نشر الأخبار ونقلها.
11. مراعاة الحساسية الأمنية والاجتماعية عند النشر.

ومن الضوابط التي اقترحها الخبراء للنشر على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء أزمات التصعيد الإسرائيلي: عدم نشر أسماء الشهداء الا بعد مرور فترة زمنية يتم خلالها إبلاغ ذويهم، وعدم نشر صور الضحايا، وعدم نشر صور وفيديوهات العنف، وعدم نشر صور وفيديوهات الجرائم عبر البث المباشر الا بعد فلترتها من المشاهد التي تتسبب في صدمات نفسية للأطفال، وغير ذلك.

1.5 الأخلاقيات المطلوبة في النشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي:

أشار الخبراء إلى عدد من الأخلاقيات الواجب توافرها في القائم بالنشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات، ومنها:

1. التحلي بالروح الوطنية والحرص على تماسك المجتمع وحماية المقاومة.



2. الرقابة الذاتية والمسئولية الاجتماعية عند القائم بالنشر.
3. الالتزام بالآداب والأخلاق العامة للمجتمع.
4. تقبل الرأي الآخر والتفاعل الايجابي والسماح بالتعليقات على ما ينشر.
5. ثقافة الاعتذار والتعديل لأي خلل في النشر.
6. عدم استخدام المواد الإعلامية في غير الأغراض التي أنشئت لأجلها.
7. احترام حرمة وخصوصية أفراد المجتمع واحترام الكرامة والإنسانية.

1.6 الفئات المخولة بالنشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي:

اتفق معظم الخبراء على أنه لا يمكن حصر النشر الإعلامي في فلسطين شبكات التواصل الاجتماعي على فئات معينة بشكل كامل، وأن هذا الأمر يتعارض مع حرية الرأي والتعبير، ومفهوم صحافة المواطن، حيث لا يمكن عملياً منع أي شخص من نشر ما يريد، في حين قال بعضهم إن النشر الإعلامي يجب أن يقتصر على أصحاب التخصص في المجال الإعلامي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والمتخصصين في الإعلام الجديد في المؤسسات الإعلامية ودوائر الإعلام الجديد في الجهات الرسمية كالوزارات ومؤسسات المجتمع المدني، وأن ضبط النشر يمكن أن يتم من خلال مسمى رسمي لدى المكتب الإعلامي الحكومي مثل ناشط إعلامي أو غيره، مع تسجيل حامل المسمى رسمياً لدى وزارة الداخلية الفلسطينية.

وقال بعض الخبراء إن النشر يمكن أن يقتصر على عدد من الفئات، منها: الصحفيون المتخصصون، والمثقفين والسياسيين، والناشطين الذين اكتسبوا مهارات النشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي، والمطلوب لحصر النشر على هذه الفئة، هو قانون إعلامي يحكم ذلك.

واتفق الخبراء على ضرورة توعية الجمهور إلى خطورة النشر الإعلامي والمسئولية الخطيرة الملقاة على عاتقه، وأنه من الأفضل اقتصر النشر على الإعلاميين والدارسين للإعلام والمتخصصين في الشؤون والقضايا المطروحة والتي تشكل الرأي العام، وذلك من خلال دور نقابة الصحفيين في تنظيم دورات توعية وأيام دراسية وورش عمل للتوعية بالنشر الإلكتروني والإعلام المقاوم وأن يتم تفعيل دور المكتب الإعلامي الحكومي في ذلك، بالإضافة إلى دور كليات وأقسام الاعلام، وأيضاً الأحزاب الفلسطينية.

كما أن شبكات التواصل الاجتماعي مساحات مفتوحة ولا يوجد أي قانون يحد من عملية النشر ولا يمكن حصر هذه الفئات، والمطلوب تفعيل أسس المراقبة ووضع المزيد من الضوابط والقوانين القادرة على تخفيف أو لجم المشكلات الناتجة عن عمليات النشر المخالفة، وهذه المعايير الضابطة تحدد المسئولية الجنائية للجريمة الإلكترونية بعيداً عن تقييد حرية التعبير، مع القيام بحملات توعية مجتمعية حول شبكات التواصل الاجتماعي.



1.7 معالجة مشاكل النشر الفوضوي عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات:

أكد معظم الخبراء على خطورة الفوضى في النشر التي تترافق مع الأزمات التي يمر بها الشعب الفلسطيني وخاصة خلال موجات التصعيد الإسرائيلي على غزة، وأشاروا إلى ضرورة الانتباه خلال الأزمات وأن حل مشاكل هذا النشر يأتي من خلال التوعية فقط ونشر الإرشادات وتنبية النشطاء أثناء الأزمات، وفي حالات معينة يحدث فيها ضرر في المجتمع أو المقاومة يتم مراجعة البعض بطريقة إنسانية وأخلاقية من خلال نقابة الصحفيين فقط أو المؤسسات ذات العلاقة.

كما أن محاربة المعلومات المغلوطة يتم بالإعلان عن المعلومات الصحيحة من قبل الجهات الإعلامية الرسمية، وتفنيد المعلومات الخاطئة بسرعة، ووضع مدونة سلوك والزام النشطاء بالالتزام بالنشر من المصادر الرسمية ومنع ترويج الرواية الإسرائيلية والنقل من المصادر الصهيونية المشبوهة كصفحة المنسق وغيرها.

بالإضافة إلى العمل على تحصين المجتمع أفراداً وجماعات من خلال التأهيل والتدريب والتثقيف، وهذا يتطلب إدراج هذه الأمور ضمن المناهج المدرسية وحتى في الجامعات، وضمن المسابقات العامة وليس ضمن أقسام الصحافة فقط. كما يطالب بعض الخبراء بمعاينة من يتسبب من خلال ما ينشره على شبكات التواصل الاجتماعي في تسريب معلومات للاحتلال أو تحطيم الروح المعنوية للجمهور وتماسك المجتمع وذلك وفقاً لقوانين وتشريعات ضابطة.

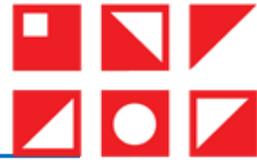
1.8 سابعاً: مشاكل النشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي:

أجمع الخبراء على وجود مشاكل جمة متعلقة بالنشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات ومنها: التحديات الأمنية وتحديات متعلقة بالجبهة الداخلية الفلسطينية، وفوضى النشر الناتجة عن المعلومات غير الحقيقية وتداول الأخبار الكاذبة، وانتشار الإشاعات والكاذبة والمبالغة والتهويل في المعلومات.

ومن بين المشاكل أيضاً خلق حالة من التخبط والذعر نتيجة النقل من المصادر الإسرائيلية مما يساعد في ترويج رواية الاحتلال، ومساعدته في الوصول لمعلومات أمنية، بالإضافة إلى انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة، وضعف مستوى المحتوى الفلسطيني، وعدم وجود رؤية واضحة لدى النشطاء الإعلاميين.

ومن المشاكل أيضاً تضارب المعلومات، وضعف ثقة الجمهور بالمعلومات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي مما يسبب عزوف الجمهور عن المتابعة، وحدوث بلبلة وإخلال بحالة الأمن قد تهدد السلم المجتمعي أو الأمن الداخلي للمجتمع واختراق الجبهة الداخلية.

واتفق الخبراء أن النشر على شبكات التواصل الاجتماعي قد يؤدي لانتشار الشائعات وزعزعة المجتمع حيث تصبح هذه الشبكات بيئة خصبة للأخبار المغلوطة الأمر الذي يزيد من شكوك المواطن وعدم ثقته بهذه الشبكات وما ينشر عليها، ويؤدي



إلى "تضارب المعلومات وانتشار الشائعات، إضافة إلى صدمات نفسية واجتماعية عند الجمهور، واستغلال الازمات من قبل الاحتلال الإسرائيلي للترويج لروايته الكاذبة والتغلب على الرواية الفلسطينية محلياً وإقليمياً ودولياً.

1.9 مقترحات التغلب على مشاكل النشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي:

حدد الخبراء مجموعة من الأخلاقيات الواجب توافرها في القائم بالنشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين أثناء الأزمات، ومنها:

1. سن تشريعات تنظم عملية النشر الإعلامي عبر شبكات التواصل خصوصاً أثناء الأزمات.
2. إعداد ميثاق شرف بأخلاقيات ومحددات النشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي، وتوعية الجمهور بها.
3. تدريب النشطاء والصحفيين خاصة في مسألة التعامل مع المصادر.
4. تعزيز الوعي والرقابة الذاتية عند النشطاء.
5. إشراك الجمهور في الجهد المعلوماتي والإعلامي خلال أوقات التصعيد والأزمات.
6. إنشاء تنظيم قانوني وإطار مؤسسي ناظم للعمل، ويتم متابعته من قبل وزارة الإعلام ونقابة الصحفيين.
7. نشر الإرشادات والنصائح وتبنيه النشطاء أثناء الأزمات.
8. مواجهة الرسائل المضللة الكاذبة من خلال نشر المعلومات الصحيحة خصوصاً على شبكات التواصل الاجتماعي، ونشر التوضيحات السريعة.
9. نشر ثقافة التسامح وحرية التعبير والديمقراطية في المجتمع الفلسطيني.
10. المتابعة الحثيثة لأصحاب الحسابات المزيفة.
11. تشجيع المحتوى المميز من خلال تخصيص جائزة سنوية لأبرز محتوى إعلامي سليم وملتمزم بأخلاقيات النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
12. عمل ندوات وورش عمل وحملات للتوعية بأهمية المعلومات وكيفية انتقائها ونشرها.
13. استثمار النشطاء وتدريبهم واشراكهم في نقل الخبر والوقائع الصحيحة.
14. انشاء فرق متخصصة لدى كل الجهات الرسمية تعمل في الأزمات على متابعة النشر على شبكات التواصل الاجتماعي وتقديم المعلومات الحقيقية والصحيحة.
15. التعاون بين الإعلام والسلطات في وضع خطة تفضي إلى تحديد ضوابط عادلة للجميع بخصوص النشر الإعلامي.
16. رصد شبكات التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات ومتابعة ناشري الأخبار الخاطئة والإشاعات ومحاسبتهم وفق القانون.
17. تعزيز علاقة النشطاء والإعلاميين بالمؤسسات الرسمية ومددهم بالمعلومات من خلالها دون السعي للإخفاء والتضليل لأن ذلك من شأنه القضاء على الإشاعات.

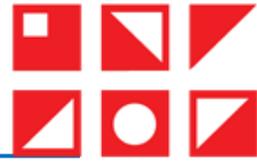


18. توفير حماية قانونية للمحتوى الإعلامي الفلسطيني الذي يتعرض للانتهاك والقرصنة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات.

4. خاتمة الدراسة

4.1 خلاصة نتائج الدراسة:

1. يشير غالبية الخبراء إلى تقييم متشائم لواقع النشر الإعلامي في فلسطين على شبكات التواصل الاجتماعي، فالواقع الحالي غير مرضٍ وهناك فوضى في النشر، في ظل غياب الرؤية للمؤسسات الإعلامية والتخطيط الاستراتيجي، ويلقي معظم الخبراء اللوم على النشطاء الفلسطينيين، وبعض الأشخاص الهواة، وبدرجة أقل على المؤسسات الإعلامية حيث يتسم الواقع بانضباط أكبر رغم عدم وجود ناظم موحد لجميع المؤسسات
2. يتفق الخبراء على الأهمية البالغة لوضع ضوابط ومحددات للنشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي خصوصاً خلال الأزمات سواءً كانت هذه الضوابط للمؤسسات الإعلامية أو للناشطين الذين يتابعهم عدد كبير من الجمهور على هذه الشبكات، وأن هذه الأهمية تنبع من قدرتها على الحد من تفاقم الأزمة، والحد من الشائعات، وضبط الخطاب الإعلامي الداخلي، مع وضع هذه المحددات والضوابط بشكل لا يمس بحرية الرأي والتعبير.
3. من الضوابط التي حددها الخبراء التأكد من دقة المعلومة والرجوع للمصدر الرئيس لها، وعدم التسرع في النشر وانتظار الجهات الرسمية، وذكر المصدر بشكل واضح، وعدم خلط المعلومة بالرأي، والابتعاد عن التشويه والتشهير، ومشاركة الخبر نقلاً عن مصدره الأصلي عند إعادة النشر أو التغريد وليس نسخه، والالتزام بالموضوعية والحيادية في نشر الأخبار ونقلها، ومراعاة الحساسية الأمنية والمجتمعية عند النشر.
4. حدد الخبراء عدد من الأخلاقيات الواجب توافرها مثل التحلي بالروح الوطنية والحرص على تماسك المجتمع، والرقابة الذاتية والمسئولية الاجتماعية والالتزام بالآداب والأخلاق العامة للمجتمع والحرص على الاعتذار والتعديل لأي خلل في النشر، واحترام حرمة وخصوصية أفراد المجتمع واحترام الكرامة الإنسانية.
5. اتفق معظم الخبراء على أنه لا يمكن حصر النشر الإعلامي في فلسطين شبكات التواصل الاجتماعي على فئات معينة بشكل كامل، وأن هذا الأمر يتعارض مع حرية الرأي والتعبير، ومفهوم صحافة المواطن، واتفق الخبراء على ضرورة توعية الجمهور إلى خطورة النشر الإعلامي والمسئولية الخطيرة الملقاة على عاتقه.
6. أكد الخبراء أن محاربة المعلومات المغلوطة يتم بالإعلان عن المعلومات الصحيحة من قبل الجهات الاعلامية الرسمية، وتنفيذ المعلومات الخاطئة بسرعة، ووضع مدونة سلوك والزام النشطاء بالالتزام بالنشر من المصادر الرسمية ومنع ترويج الرواية الإسرائيلية ومنع النقل من المصادر الصهيونية المشبوهة.



4.2 توصيات الدراسة:

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن أن نخرج بالتوصيات الآتية المستمدة من مقترحات الخبراء في مجال شبكات التواصل الاجتماعي، وهي:

1. سن تشريعات تنظم عملية النشر الإعلامي وإعداد ميثاق شرف بأخلاقيات ومحددات النشر الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي.
2. تدريب النشطاء والصحفيين خاصة في مسألة التعامل مع المصادر.
3. إشراك الجمهور في الجهد المعلوماتي والإعلامي خلال أوقات التصعيد والأزمات.
4. إنشاء تنظيم قانوني وإطار مؤسسي ناظم للعمل، ويتم متابعته من قبل وزارة الإعلام ونقابة الصحفيين.
5. عمل ندوات وورش عمل وحملات للتوعية بأهمية المعلومات وكيفية انتقائها ونشرها.
6. استثمار النشطاء وتدريبهم وإشراكهم في نقل الخبر والوقائع الصحيحة.
7. إنشاء فرق متخصصة لدى كل الجهات الرسمية تعمل في الأزمات على متابعة النشر على شبكات التواصل الاجتماعي وتقديم المعلومات الحقيقية والصحيحة.
8. رصد شبكات التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات ومتابعة ناشري الأخبار الخاطئة والإشاعات ومحاسبتهم وفق القانون.

5. مراجع الدراسة:

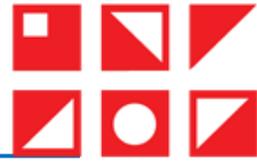
المراجع

- Bowen, S. (2013). Using Classic Social Media Cases to Distill Ethical Guidelines for Digital Engagement. *Journal of Mass Media Ethics*(2), pp. 119-133.
- Chaudhuri, M. (2014). Ethics in the New Media, Print Media and Visual Media Landscape. *Journal of Global Communication*(1), pp. 84-95.
- Jane, E. (2014). Beyond Antifandom: Cheerleading, Textual Hate and New Media Ethics. *International Journal of Cultural Studies*(2), pp. 175-190.
- Khan, M., & Ayyoob, M. (2017). Cyber Security and Ethics on Social Media. *Journal of Modern Developments in Applied Engineering & Technology Research*(2), pp. 51-58.
- Mukherjee, K. (2017). Comparison Between Social Communication Ethics And Social Media Communication Ethics: A Paradigm Shift. *Global Media Journal -Indian Ed*(2), pp. 1-10.
- إشراق بن حمودة. (2017). مدى التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة على الفيسبوك . رسالة ماجستير . تونس : جامعة منوبة .

الصادق الحمادي. (2013). الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية. مجلة إعلام والعصر الإماراتية.



- المعز بن مسعود. (2019). *أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية*. تاريخ الاسترداد 15 2, 2020، من مركز الجزيرة للدراسات: <https://cutt.us/NYhyA>
- بثينة مهيرة. (2018). *أخلاقيات الإعلام الجديد: بين الحرية والالتزام في البيئة الإلكترونية*. *مجلة المعيار* (العدد 2)، الصفحات 393-411.
- حاتم العسولي. (2017). *المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الإلكترونية الفلسطينية*. رسالة دكتوراه. السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- حفصة كويبي. (2015). *أخلاقيات الصحفي في ظل البيئة الإعلامية الجديدة*. *مجلة الاتصال واللغة* (العدد 18)، الصفحات 79-110.
- حنان علال. (2018). *أخلاقيات المهنة في زمن الاعلام الجديد*. *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية* (العدد 1)، الصفحات 132-148.
- حنان علال. (2019). *أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد (دراسة قانونية في الجزائر)*. *مجلة المعيار* (العدد 1)، الصفحات 829-846.
- رحيم علي فوكولتي. (2014). *أخلاقيات الإعلام الجديد: دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في المواقع الإلكترونية العراقية*. *مجلة آداب الفراهيدي* (العدد 18)، الصفحات 608-647.
- رضوان سلامن، و سامي مهني. (2019). *البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي: المفاهيم والضوابط*. *مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية* (العدد 1)، الصفحات 360-380.
- رفيق بوزانة ، و بسمة فنور. (2018). *الإعلام الجديد بين حرية التعبير ومشكلة انتهاك الخصوصية*. *مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية والإنسانية المعمقة* (العدد 4)، الصفحات 285-295.
- شريف اللبان. (2014). *الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد*. *مجلة رؤى استراتيجية* (العدد 7).
- شهرزاد بن عمار. (2019). *أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة*. رسالة دكتوراه. مستغانم، الجزائر: جامعة عبد الحميد بن باديس.
- عبد الرحمن عزي. (2017). *قوانين الإعلام وأخلاقياته في ضوء الإعلام الاجتماعي*. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي* (العدد 1)، الصفحات 11-30.
- كاهنة شاطري. (2017). *الإعلام الجديد وضرورة تعزيز التربية الإعلامية في ظل غياب أخلاقيات المهنة*. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية* (العدد 2)، الصفحات 318-391.
- ماجد العتيبي. (2016). *المسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد في مواقع الصحف الإلكترونية في المملكة العربية السعودية*. رسالة ماجستير. الرياض، المملكة العربية السعودية: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.



مجدي الداغر. (2018). اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية و الأخلاقية. *حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية* (العدد 493)، الصفحات 9-53.

وهيبة بشريف. (2018). أخلقة الممارسة المهنية للإعلام الجديد. *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية* (العدد 1)، الصفحات 409-422.