

دراسة استكشافية لاتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات

الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي

د. بسام عويضة (أستاذ مساعد)

دائرة الإعلام - جامعة بيرزيت - فلسطين

Dr. Bassam Ewaida (Assistant Professor)

Birzeit University, Department of Media, P.O.Box. 14, Birzeit, Palestine.

E-mail: bewaida@birzeit.edu. Mobil: 00970597000452,

ORCID: 0000-0001-9345-9686.

الملخص:

تهدف الدراسة إلى معرفة اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي عن طريق اختيار عينة عشوائية تتكون من (132) طالباً وطالبة من أصل (242) هم طلبة دائرة الإعلام في جامعة بيرزيت التي تقع في فلسطين. استخدم الباحث عينة استطلاعية تتكون من (30) طالباً وطالبة. وقد تراوحت أعمار الطلبة بين 22 - 26 عاماً، ومن مناطق سكنية مختلفة. تم تنفيذ الدراسة خلال الفصل الثاني الدراسي لعام 2022. تم استخدام الاستمارة الإلكترونية التي تتكون من (17) عبارة حيث قام الباحث بجمع المعلومات وتفرغ وتحليل البيانات آلياً بواسطة أفضل وأكثر البرامج استخداماً وهو برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية. أظهرت نتائج الدراسة أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تراوحت ما بين (4.19- 3.43)، وجاءت فقرة " اوراعي عند نشر الصور على مواقع التواصل الجانب الأخلاقي لنشر الصورة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (4.19)، بينما جاءت فقرة " تتناهي قضية احترام الضعف عند نشر الصورة " في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (3.43). كما أظهرت النتائج وجود فروق دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة في مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير مكان السكن بين (قرية) من جهة وكل من (مدينة) و (بلدة)، من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح كل من: (مدينة) و (بلدة). أوصت الدراسة بعمل حملات إعلامية افتراضية لتفعيل برامج وفعاليات وندوات ارشادية للتوصل إلى صيغة توافقية تُقترح من

قبل متخصصين وأساتذة جامعات وقانونيين لميثاق أخلاقي يُعالج نشر الصور المنافية للقانون والأخلاق على مواقع التواصل. كما أوصت الدراسة الجامعات والمدارس بتوعية الطلبة والتلاميذ وتنقيفهم بدور المنصات الرقمية بما يفيد الطالب الجامعي والابتعاد عن نشر الصور الخاصة أو التقاط صور ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي دون إذن أصحابها.

كلمات مفتاحية:

مواقع التواصل الاجتماعي، الصورة، أخلاقيات الصورة، إعلام، جامعة بيرزيت.

**An exploratory study of the attitudes of students of the Media
Department at Birzeit University towards image ethics on social
media platforms**

Abstract:

This study aims to know media students of the Birzeit University attitudes towards image ethics on social media platforms. The researcher adopted the descriptive analytical method by selecting a random sample consisting of (132) male and female students out of (242) students of the Media Department at Birzeit University, located in Palestine. The researcher used an exploratory sample consisting of (30) male and female students. The ages of the students ranged between 22–26 years old. They are from different residential areas. The study was carried out during the second semester of 2022. The electronic form, which consists of 17 sentences, was used, and the researcher automatically collected information, unloaded, and analyzed the data using the best and most generally used software, the Statistical Package for Social Sciences. The results of the study showed that the arithmetic averages of the answers of the study sample members about the items of the scale of students of the Media Department at Birzeit University

attitudes toward photos ethics on social media platforms ranged between (3.43–4.19). The phrase “I consider when posting pictures on social media, the ethical aspect of posting the picture” came in first place, with an average of (4.19). While the phrase "I am concerned about the issue of respecting weakness when publishing the photo" came in the last place, with an average of (3.43).

The results also show that there are statistically significant differences at the level of significance ($\alpha \leq .05$) regarding the attitudes among students of the Media Department at Birzeit University about the ethics of the photo on social media platforms due to the variable of the place of residence including (village) on the one hand and each of (city) as well as (town), on the other hand. The differences came in favor of: (city) and (town).

The study recommended conducting virtual media campaigns to activate indicative programmers, events and seminars to reach a consensus formula proposed by specialists, university professors and jurists for an ethical charter that addresses the posting of pictures contrary to law and morals on social media. The study also recommended universities and institutions to educate students about the role of digital platforms in

benefiting university students and to avoid posting private photos or taking photos and publishing them on social media platforms without the permission of their owners.

Keywords:

Social media platforms, Image, photo ethics, media, Birzeit University.

المقدمة:

شكلت منصات التواصل الاجتماعية حجر الزاوية ومفصلاً أساسياً في الثورة التي تشهدها وسائل الإعلام الجماهيرية الجديدة في الوقت الراهن، فقد سمحت للإنسان بتجاوز عالمه الفردي المألوف والانتقال به صوتاً وصورة إلى عالم أوسع خلال ثوان معدودة. لقد حدث تحوّل في أدوات التخاطب بين الناس، ما شكّل قفزات نوعية في مجال الإعلام بحكم التقدم الرهيب الذي يشهده عالم الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.

وفي ضوء هذا الواقع الجديد الذي أفرزته منصات التواصل الاجتماعي، شهدت الأراضي الفلسطينية نمواً متزايداً بفعل انتشار الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية في عدد مستخدمي هذه المنصات الافتراضية. فقد أصدرت شركة ايبوك المتخصصة في مجال مواقع التواصل الاجتماعي، تقريرها السنوي الخاص برصد واقع مواقع التواصل في فلسطين خلال عام 2019. وقالت الشركة " إن نسبة استخدام فيسبوك في فلسطين بلغت 92.2%، وحل في المرتبة الثانية واتساق بنسبة بلغت 72.3 % من الاستخدام، يليها التطبيق الثالث الانستغرام." (قدس، 2020)

وعلى الرغم من هذه النقلة النوعية والتي لم يعرف الإنسان لها مثيلاً في تاريخه إلا أن هناك جملة من المساوئ رافقت مواقع التواصل وشكلت تحديات لا مثيل لها أمام المختصين والخبراء والقانونيين مثل عدم احترام قيم المجتمع أو خصوصية الفرد كنشر صور بدون حقوق قانونية أو نشر صور منافية للأخلاق أو لا تراعي الآخرين ومشاعرهم ومعتقداتهم وأفكارهم واستغلال الصور المنشورة عن طريق ابتزاز أصحابها أو التحرش بهم أو التضيق حولهم أو طلب المال منهم لقاء التوقف عن ذلك. ويرى تربويون ورجال دين ومختصون أن أكثر شريحة من شرائح

المجتمع تقع في هذه المحظورات الدينية والاخلاقية هم فئة الشباب من 18-29 عاماً بحكم تعاملهم المستمر مع مواقع التواصل الاجتماعي.

لقد نتج عن وسائل الإعلام الجماهيرية انفتاح مذهل على عوالم كانت مُحَرَمَة منذ وقت قصير، ولكن سرعان ما تنبعت الحكومات والمؤسسات الدينية والقانونية ونقابات الصحفيين إلى الاستخدام السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي، الذي يتعارض مع أخلاقيات مهنة الإعلام ويتنافى مع العرف أو الدين أو القواعد الأخلاقية أو الثوابت المجتمعية، فصدرت تشريعات وضوابط شرعية لحماية شرائح المجتمع من جرائم الأنترنت.

لقد برزت مواقع تقنقر لأدنى مقومات أخلاق المهنة ولا تسعى إلا إلى الإثارة بهدف جلب اعداد كثيرة من المتابعين مثل نشر صور لسيدات بهدف الابتزاز المالي أو التحرش أو نشر صور أطفال أو تزوير الصور الشخصية عن طريق الفلاتر أو الفوتوشوب أو نشر صور من أماكن جغرافية بعيدة بجانب أخبار محلية. وكذلك نشر صور قتلى في حوادث السير دون احترام لحرمة الميت أو نشر صور لشهداء دون القيام بإبلاغ ذويهم أولاً، فلا يجوز نشر صور إذا كانت الإساءة أكبر من القيمة الإخبارية.

ويجمع الباحثون والمختصون عند نشر الصور على ضرورة " احترام الخصوصية وحقوق الملكية الفكرية وحقوق النشر واحترام القوانين والاعراف الدولية والتي تلتزم باحترام جثث الموتى والضعف الإنساني لضحايا الحوادث والكوارث والجرائم وقضية مصداقية الصورة وحمايتها من الحجب أو التلاعب في تفاصيلها أو استعمالها في غير الغرض الذي التقطت من أجله أو إساءة توظيفها بإقحامها في غير سياقها أو وضعها مع عناوين أو نصوص لا توجد رابطة حقيقية بينها وبين مضمون الصورة." (بكر، 2017، ص 143)

لقد أصبحت الصورة وثيقة هامة في حياتنا، ومن هنا كانت " الصور تشغل كل جزء من حياتنا، ملئت عيوننا بالصور، وأكثرها تنتج وتنتشر لأسباب تجارية، فعند النظر في صورة لا بد أن يُطرح المرء على نفسه أسئلة للوصول إلى تنمية الوعي بالثقافة البصرية، والأسئلة هي: لماذا ننظر إلى الصورة وما الذي نبحث عنه؟ وما هي المكونات المختلفة في الصورة؟ وكيف ترتبط هذه المكونات مع بعضها البعض؟ وبأي سياق نشرت هذه الصورة؟ وما هي الرسائل التي تتضمنها الصورة وما هو التأثير الناتج عنها؟ " (ناصر، 2011، ص 24). من هذا المنطلق، تولدت فكرة الدراسة لدى الباحث من واقع عمله وتعامله المباشر كأستاذ جامعي في دائرة الإعلام في جامعة بيرزيت، ولهذا قام الباحث بدراسة هذه الظاهرة محل الدراسة.

إشكالية الدراسة:

الصور هي ممارسة نعبر فيها عما يجول في ذواتنا، ونشتبك مع مؤثراتها، فهي تُعبّر عن منظور نفسي وبعده الاجتماعي ومستوى تعليمي لملتقطها وناشرها. وفي منصات التواصل الاجتماعي وجدت الصورة فرصة أكبر لتجذير سطوتها، وأحداث مخاطر واضرار أكثر من ذي قبل. لقد أصبحنا نشاهد اسرار البيوت وخصوصيات الأفراد وصور صادمة، وهذا أمر غير مألوف في مجتمعاتنا المحافظة.

تنتشر الصور بكثافة على مواقع التواصل الاجتماعي، فهي أما ان تكون مكملة للأخبار والتقارير أو بغرض التسلية أو التسويق أو الإعلانات أو للتعبير عن الرأي أو لتسليط الضوء على ملف فساد أو بغرض التعارف أو بقصد أهداف أخرى مثل ابتزاز الناس والحصول على الأموال.

تتلخص مشكلة الدراسة في أن بعض الأفراد يستغلون الوسائط الاجتماعية لنشر صور لا تراعي المحددات الدينية والأخلاقية والقانونية بهدف الابتزاز أو التحرش أو ضعف الوازع الديني أو نتاج

سلوك فردي منحرف أو تصور خاطئ لمفهوم حرية التعبير أو لإثارة الغرائز أو لجمع اللايكات والاعجابات أو بهدف التسليح.

فالدراسة تناقش قيام بعض الأفراد بقصد أو بدونه بالتقاط صور لأشخاص آخرين ونشرها دون أذنه والتعدي على خصوصيات الناس دون معرفة أن هذا يشكل انتهاكاً قانونياً بحقه، في حين يعتمد آخرون إلى نشر صور شخصية خاصة لهم على مواقع التواصل الاجتماعي مثل الانستغرام ما يعرضهم إلى ابتزاز بعض العصابات المنظمة التي تقوم بالحصول على هذه الصور وإعادة تركيبها وعمل " فوتو شوب" لها بهدف ابتزاز أصحابها وتهديدهم من أجل الحصول على مبالغ مالية طائلة.

كما يقوم البعض الآخر بنشر صور أطفال واستباحة شروط الخصوصية للطفل بحجة انه التقطها في الشارع العام لأطفال باعة أو نشر صور قتلى حوادث السير دون تغطية وجوههم أو قبل اخبار أسرهم أو التقاط صور لفتيات خلصة من أجل نشرها أو الاحتفاظ بها أو القيام بابتزازهن.

إزاء هذه الإشكاليات المتعددة، ستحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على مدى معرفة طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول المحددات الدينية والقانونية والأخلاقية عند نشر الصور في منصات التواصل الاجتماعي، وهل تفعيل قانون الجرائم الالكترونية في الأراضي الفلسطينية هو أفضل طريقة لمحاربة الصور غير أخلاقية، وماذا يفعل طلبة دائرة الإعلام عند رؤية صور غير أخلاقية، هل يقومون بأغلاق الحساب أو بالإبلاغ عنه للجهات القضائية أو ينتابهم القلق من جراء ذلك.

ومن هنا، تهتم الدراسة بالإجابة على السؤال التالي:

ما هي آراء طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي؟

وعطفاً على ما تقدم من توضيح لإشكالية الدراسة، وفي محاولة من الباحث تحقيق أهداف الدراسة، فمن السؤال الرئيس تبرز الأسئلة الفرعية الآتية:

هل يعتبر النقاط صورة لشخص بدون أذنه ونشرها على مواقع التواصل تعدي على الخصوصية؟

هل تفعيل قانون الجرائم الالكترونية أفضل طريقة لمحاربة نشر الصور غير الأخلاقية؟

هل يؤدي نشر الصور غير أخلاقية إلى زعزعة الاستقرار والسلم الاهلي والأمن الشخصي؟

هل يساعد نشر بعض الصور الشخصية بتعريض صاحبها للابتزاز؟

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول آراء طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول

أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس؟

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول آراء طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول

أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى التعليمي للأب؟

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول آراء طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول

أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير مكان السكن؟

أهمية الدراسة:

لأهمية الدراسة بُعدين مهمين، وهما:

الأهمية النظرية:

على الصعيد النظري، تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تقدم إطاراً معرفياً حول اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي، كما تأتي الدراسة تلبية لما طالب به بعض الباحثين وخبراء الإعلام الرقمي من أهمية دراسة أخلاقيات الصور على منصات التواصل الاجتماعي. كما تعتبر الدراسة من الدراسات العلمية القليلة في الأراضي الفلسطينية التي تركز على أخلاقيات الصورة بحسب علم الباحث.

الأهمية العملية:

على الصعيد التطبيقي، ستقدم الدراسة اسهاماً من خلال نتائجها وتوصياتها لأصحاب القرار في السلطة السياسية والقضائية ومؤسسات المجتمع المدني لمساعدتهم في الحد من نشر الصور غير أخلاقية على مواقع التواصل الاجتماعي وتوعية الأفراد بعدم نشر صورهم الخاصة وتفعيل قانون الجرائم الالكترونية في الأراضي الفلسطينية وعدم التقاط صور لأشخاص ونشرها دون أذنهم، وكذلك عدم نشر صور صادمة لقتلى حوادث السير أو صور أطفال.

كما ستسهم الدراسة في الدعوة لتدريس مساق التربية الإعلامية في المدارس والجامعات لتوضيح المحددات القانونية والأخلاقية عند نشر الصور على منصات التواصل الاجتماعي.

وستكون الدراسة الحالية بمثابة خطوة لإجراء دراسات جديدة حول موضوع أخلاقيات الصورة أو للبناء عليها وتطويرها ودعوة الباحثين لإجراء دراسات وأبحاث على وسائط الإعلام الجماهيرية واستقصاء آراء الخبراء والقانونيين حول أبعاد ومظاهر ما يُنشر على شبكة الإنترنت.

أهداف الدراسة:

على ضوء مشكلة الدراسة، تكمن الأهداف في استقصاء آراء طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي، وأكثر تطبيق يتابعه الشباب من حيث الصور، والأوقات المحببة لدى الشباب في متابعة الصور. كما تهدف الدراسة إلى معرفة أكثر

أنواع الصور المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي وأهم العناصر الموجودة في الصورة والتي تجلب الانتباه. كما تهدف الدراسة إلى معرفة الاشباع التي تحققها نشر الصور عند أفراد العينة، وكذلك الدوافع وراء نشر الصور غير أخلاقية وأشكال التفاعل مع هذه الصور وما هي الآثار المترتبة على نشر الصور على المبحوثين؟ بالإضافة إلى مجموعة من التوصيات والمقترحات التي تسهم في الحد من التأثير السلبي لنشر الصور غير أخلاقية.

فرضيات الدراسة:

في ضوء تحديد إشكالية الدراسة، وأهدافها، حدد الباحث الفروض الصفرية الآتية للتحقق من صحتها:

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية (0.05) $\alpha \leq$ لآراء طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية (0.05) $\alpha \leq$ لآراء طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير مكان السكن.

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية (0.05) $\alpha \leq$ لآراء طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى التعليمي للأب.

الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات العلمية التي اطلع عليها الباحث في تحديد إشكالية الدراسة والفرضية، وتحديد الخلفية النظرية والاستفادة من هذه الدراسات في موضوع الدراسة وعدم تكرار ما فيها مرة أخرى. كما مكنت من حصر المراجع العربية التي تطرقت لموضوع الدراسة ومعرفة الأدوات العلمية التي تعالج فيها مثل هذا النوع من الدراسات.

أوضح للباحث ندرة الدراسات الفلسطينية التي عُنيت بهذا الموضوع في قواعد البيانات الرقمية العربية، وهو ما يُحسب لهذه الدراسة من محاولة جادة للبحث في توضيح اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي.

أطلع الباحث على دراسة (البعمي، 2021)، وهي تمت لموضوع الدراسة بصفة مباشرة. اثبتت نتائج الدراسة أنّ الاناث يتابعن الصور المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 70 % مقابل 49 % للذكور. وأوضحت الدراسة أن " سناب شات " جاء في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لدى عينة الدراسة بنسب متفاوتة بين الاناث والذكور 86 % و 85 % على التوالي. وكشفت النتائج أن نشر صور الأفراد وتبادلها فيما بينهم جاء في المركز الثاني بعد الصور المرتبطة بالأخبار. احتلت وظيفة التسلية والترفيه المركز الأول لدى عينة الدراسة يليها الوظيفة الاجتماعية ثم التسويقية. أوضحت النتائج أن أبرز أشكال تفاعل المبحوثين مع الصور المنشورة هي المشاركة ويلبها في المركز الثاني وضع علامة اعجاب. أوصت الدراسة تعديل إعدادات الخصوصية من جانب المستخدمين لتوثيق مزيد من الحماية وكذلك الاهتمام بصناعة المحتوى على شبكات التواصل وتشديد العقوبة على النشر غير الأخلاقي. (البعمي، 2021،

ص 332)

وتطرق دراسة (Atiyat, , 2021) وهي دراسة باللغة الإنجليزية إلى معرفة مدى التزام المواقع الإخبارية الإلكترونية في الأردن بأخلاقيات التصوير الصحفي. ولتحقيق هذه الدراسة تم إجراء بحث كمي، وتضمنت العينة ثلاث مجلات الكترونية صادرة في الأردن. تم اختيار عينة عشوائية بسيطة. أظهرت نتائج الدراسة أن المصدر الرئيسي للصور المنشورة هو الانترنت أو مصور المجلة. كما بينت النتائج أن أكبر انتهاك أخلاقي حدث في قسم الأخبار. أوصت الدراسة بضرورة تعديل أخلاقيات التصوير الصحفي في المواقع الإخبارية الإلكترونية. (, Atiyat, 2021,p.46)

هدفت الدراسة (بورحلي وغزال، 2020) إلى التركيز على أهمية الصورة في وسائل الإعلام لما لها من أثر كبير في إيصال الرسالة الخبرية والتأثير على المتلقين وتعاضمت هذه الأهمية بدخول الملتيميديا والوسائط المتعددة في بناء المضامين الصحفية المنشورة في وسائل الإعلام الإلكترونية. تسعى الدراسة إلى تحليل جدلية نشر الصور الصادمة و الفظيعة في البيئة الرقمية بين ضرورة استخدامها و الاعتماد عليها كعنصر مكمل للخبر الصحفي كونها ذات قيمة إخبارية مضافة إليه تدعم مصداقيته تكرر حرية التعبير و تجسد السبق الصحفي غالبا خصوصا في ظل السرعة و اللامكانية التي أفرزتها الإنترنت و تكنولوجيايات الإعلام الحديثة و بين المسؤولية الاجتماعية للصحفي باعتبار ذلك انحرافا عن أخلاقيات المهنة الصحفية أخلاقيات نشر الصور بما يشكل انتهاكا لخصوصيات الأفراد كما قد يؤثر فيهم سلبيا و خلصت إلى ضرورة مراعاة المحددات الحقوقية و القانونية و التوازن أثناء التعامل مع هذا النوع من الصور. (بورحلي

Commented [u1]:

وغزال، 2020 ، ص 86)

وأشارت دراسة (الجميعة، 2020) إلى سيمائية الصورة -بما تشتمل عليه من علامات ورموز وإشارات. استهدفت الدراسة التعرف على سيميائية الصورة الصحفية وعلاقتها بالإشهار

الأيديولوجي لتنظيم داعش الإرهابي من خلال استخدام أداة التحليل السيميولوجي للعلامات الظاهرة والكامنة في الصور الصحفية المنشورة عن التنظيم ودلالاتها، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من أربع صور عن داعش تمثل أهم الأحداث التي وقعت خلال الفترة من 2014/7/1 - إلى 2015/6/30، وتشمل مجالات سياسية، وعسكرية، ودينية، وثقافية، بما يعادل صورة لكل مجال. وانتهت الدراسة الكيفية للصور المنشورة عن تنظيم داعش إلى التأكيد على أن الأيديولوجيا التي تقف خلف التنظيم أيديولوجيا ثورية عدائية؛ تحرض على سلوك القتل والتعذيب والتدمير، وليست أيديولوجيا طوباوية حاملة بمستقبل سياسي للحكم أو الخلافة التي تزعمها.

كما خلص التحليل السيميائي إلى دور الصورة في الإشهار الأيديولوجي العابر للحدود لتنظيم داعش، من خلال البحث عن طرف خارجي ليكون أحد عناصر الصورة التي يصنعها ثم ينشرها، ثم ينقل من خلالها أفكاره المتطرفة، كما أن إشهار الصدمة من خلال الصورة أمراً مقصوداً من تنظيم داعش لمبررات عديدة؛ أهمها إظهار قوة وندية التنظيم في المواجهة، وتثبيت أركان تواجده وتمده، وكسب مزيداً من المتعاطفين المتطرفين معه. (الجمعية، 2020، 130)

وتهدف دراسة (سميرة وحكيمة و بوطورة، 2020) إلى استجلاء دور الصورة الاعلامية في التشطي القيمي في المخيال الإعلامي العربي ضمن البيئة الافتراضية الجديدة باعتباره يمثل نسجاً مكوناً من منظومة القيم الراسخة في الذاكرة الشعورية أو اللاشعورية للإنسان العربي والمسلم بكل ما اعتراها من تقلبات أو ضعف وتشوهات بفعل عصور الانحطاط والظاهرة الاستعمارية، وما يتلقاه هذا الفرد من منظومة قيمية حديثة تحاول القفز به فوق التاريخ وفصله عن أي ارتباط مستقر بواقعه الاجتماعي، وقد نتج عن هذا التشطي مجتمع واحد بقيم مختلفة تجسدها مجموعة من السلوكيات الممارسة والموجودة على أرض الواقع، من خلال استعراض

التحولات التي أوجدتها الصورة الإعلامية في المنظومة القيمية. (سميرة وحكيمة و بوطورة،
2020 ، ص 51)

وتطرقت دراسة (Shaban & Jalal, 2020) إلى دراسة أهمية القضايا الأخلاقية في إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في مصر. اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان حيث طبقت على عينة بلغت (201) ممن يشتررون منتجات عبر الفيسبوك. خلصت الدراسة أن 51 % من المستخدمين يقضون من 1-3 ساعات يومياً على منصة الفيسبوك، و16.1 % من المشاركين يقضون ما بين 4-6 ساعات يومياً. وبينت الدراسة ان هناك بعض الصور تساعد على بيع المنتج ويكون لها تأثير على المستهلكين. (Shaban & Jalal, 2020, p.52)

وهدفت دراسة (Mishan, 2019) إلى تأثير مضمون وسائل التواصل الاجتماعي بما فيها البوستات والصور على الطلاب في قسم اللغة الإنجليزية بجامعة الأنبار. تم اختيار عينة عشوائية من (60) طالباً، أظهرت الدراسة أن 50 % من الطلبة يقضون 7 - 9 ساعات يومياً في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، بينما يقضي 20 % من العينة نفسها أكثر من 9 ساعات يومياً، و10 % من العينة ذاتها تقضي أقل من ساعتين. بينت الدراسة أن 95 % يستخدمون مواقع التواصل بشكل سيء، وهذا انعكس على حياتهم من النواحي الاجتماعية والأكاديمية والنفسية. (Mishan, 2019,p.530)

وهدفت دراسة (عبد الكافي، 2019) إلى التعرف على مدى احتواء الصور المنشورة من قبل الشباب على تطبيق الانستجرام على القيم الأخلاقية. استخدمت الباحثة منهج دراسة الحالة عن طريق أداة تحليل المضمون واختيار عينة قصدية اشتملت على تحليل (120) صورة بالتركيز على (20) حساب انستجرام. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها، تضمن الصور لقيم أخلاقية

بنسبة متوسطة، فيما تفوقت صور الاناث على الذكور في ارتفاع القيم الأخلاقية. احتلت القيم الثقافية المرتبة الأقل حضوراً في صور العينة، بينما احتل الدين والمجتمع الصدارة في لائحة القيم المرجعية المحالة لها الصور دلاليًا. كما سجل التعليم أقل قيمة مرجعية حضوراً. (عبد الكافي، 2019، ص 231)

كما هدفت دراسة (عبد المقصود، 2019) إلى محاولة رصد مدى وعي طلبة كلية الإعلام بأخلاقيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومدى انعكاس ذلك على ممارساتهم الفعلية عند تعاملهم مع وسائل التواصل الاجتماعي وذلك في ضوء الاستعانة بمبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام. اعتمدت الباحثة على أداة مجموعات النقاش المركزة حيث قامت بتقسيم الطلبة وعددهم 19 طالباً إلى ثلاث مجموعات حسب المستوى الأكاديمي الدراسي.

توصلت الدراسة إلى أهمية الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية وأنها لا تقتصر على الترفيه أو التواصل فقط، وإنما يتم الاستفادة منها في الدراسة والعمل بشكل يومي، كما أظهرت النتائج عدم إدراك الطلاب لوجود قوانين تنظم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مصر، واتفق الطلاب بشكل عام على جدوى مثل هذه القوانين وفائدتها في حماية المستخدم وخاصة ضد بعض الممارسات الخاطئة لوسائل التواصل الاجتماعي مثل الابتزاز الإلكتروني أو اختراق الخصوصية للغير أو نشر الشائعات و إثارة الفتنة الطائفية في المجتمع. (عبد المقصود، 2019، ص 310)

تطرقت دراسة (علال، 2019) إلى عدد من الإشكاليات بسبب التغيرات التي طرأت على بيئة العمل الصحفي في زمن الإعلام الجديد. بينت الدراسة أن تجربة المجتمعات مع وسائل الإعلام تجسد علاقة تكون فيها التشريعات والضوابط المهنية تتماشى وتتوازى مع تطور الوسائل لكن

العلاقة تغيرت فأصبحت التشريعات متأخرة عن حركة الكشف التقني والتطبيقات الإعلامية. من النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه تم التعرف على البنود التنظيمية التي يوفرها كل من الجانب القانوني ومواثيق الشرف الإعلامية بالجزائر وكذلك التعرف على مدى تماشيها مع مستجدات البيئة الاتصالية الراهنة وتطبيقات الاعلام الجديدة." (علال، 2019، ص830)

وبينت دراسة (أمينة، 2019) أن الإعلام الجديد أصبح يركز على الصورة الإشهارية الخاطفة البراقة التي تنشئ الواقع المتوهم والذي يؤثر على المخيال الاجتماعي للمستهلكين الثقافيين الذين يتسلحون بتكتيكات لإحباط الفخاخ التي تستهدفهم من قبل منتجو الصورة الإشهارية. استندت الدراسة على أدوات ومناهج علمية لتحليل الصورة الإشهارية، والتي من أهمها السيميولوجيا المعاصرة التي تعتمد على ترسانة من الأدوات الإجرائية التي تمكن من اكتشاف خبايا الصورة التي تشتمل على علامات ودلالات لها جذور في التمثلات الاجتماعية والإيديولوجية السائدة.

وطرحت الدراسة الإشكالية التالية: ما هي آليات قراءة الصورة الإشهارية في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؟ عمدت الدراسة إلى اعتماد المقاربة السيميولوجية لقراءة عينة من الصور الإشهارية لموبيليس في الجزائر التي أوجدت لها منصة في زمن الويب بأقل تكلفة وصممت لها صفحة على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك تنشر فيها مختلف الصور، والتي تلقى تفاعلا كبيرا من طرف المستخدمين. (أمينة، 2019، 10)

وهدفت دراسة (الدهشان وبدوي، 2019) التوصل إلى صيغة مقترحة لميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، في ضوء آراء بعض خبراء التربية، وتحديد المتطلبات الضرورية لتفعيل تطبيقه، انطلاقاً من وجود مشكلات كثيرة ومظاهر سلبية لسوء استخدام هذه الشبكات مع ضعف وجود نظم ارشادية وأخلاقية تتعلق بها. استعانت الدراسة بإجراءات المنهج الوصفي،

مستخدمة الاستبانة التي تم اعدادها وتقنينها وتطبيقها على عينة مختارة من بعض أعضاء هيئة التدريس من خمس كليات للتربية بالجامعات المصرية، بلغت 50 عضواً، وهي كليات التربية (بشبين الكوم-أشمون-بنها-طنطا-كفر الشيخ). توصلت الدراسة الى تحديد عدة أخلاقيات وأداب ينبغي أن تراعي عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي انتظمت تحت خمسة عشر بعداً، وهي (الكتابة والتعليقات، إرسال الرسائل على الخاص واستقبالها، نشر الصور والفيديوهات والملفات، الحوار البناء وتبادل الآراء ووجهات النظر، الحفاظ على قيم المجتمع وتماسكه، واحترام الخصوصية، ومراعاة الآخرين وتقديرهم، ونشر المعارف والمعلومات والأخبار وضبط النفس ورد الفعل. واقتُرحت الدراسة توافر عدة متطلبات أساسية للوفاء بتفعيل الصيغة المقترحة للميثاق الأخلاقي، وبعض الإجراءات التنفيذية اللازمة لتطبيقه. (الدهشان وبدوي، 2019، ص 155)

هدفت دراسة (حرفش، 2018) إلى أن الصورة احتلت مكانة كبيرة بين الصحف العالمية واستحوذت على اهتمام عدد كبير من القراء، وذلك لاحتلالها موقعا متميزا بين وسائل الاتصال، فهي تستمد تأثيرها بما تحتويه من عناصر وما تحمله من دلالات وما تعبر عنه من أفكار وآراء، وما تنقله مباشرة من معلومات. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن الصورة أصبحت لغة عالمية وأخذ الجميع يتناولها بكل يسر وسهولة، واليوم أصبحنا نعيش عصر الصورة في عصر السوشال ميديا، وتعد مسألة الموازنة بين المعايير الأخلاقية والممارسات المهنية للتصوير الصحفي من أهم المسائل المتعلقة بضوابط نشر الصورة الصحفية. (حرفش، 2018، ص 181)

وحاولت دراسة (جدى، 2018) التعرف على أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة: دراسة استكشافية للتحديات الأخلاقية التي تعيق النشر الصحفي الإلكتروني. وانقسمت الدراسة إلى عدد من النقاط، اشتملت الأولى على وسائط ممارسات وأخلاقيات جديدة، وجاءت الثانية بتحديات أخلاقية في الصحافة الإلكترونية. وعرضت الثالثة نماذج عالمية لاستخدام الوسائط الاجتماعية. واختتمت الدراسة بالتأكيد على إن المدونات الأخلاقية على الإنترنت والتي تلقي الإجماع محلياً يجب أن تكون ملزمة، ما يساهم في الاستقلالية المهنية للصحفيين. (جدى، 2018، ص 36)

وسعت دراسة (ربيع، 2017) إلى الكشف عن كيفية توظيف مجلة "دابق" التي تصدر عن تنظيم "داعش" للصور الفوتوغرافية في الدعاية للتنظيم وخدمة أغراضه، من خلال رصد وتحليل الرسائل الدلالية والضمنية في هذه الصور. اعتمد الباحث على المنهج السيميولوجي في تحليل هذه الصور، وفي إطار هذا المنهج استعان الباحث بمقاربة "رولان بارت" في التحليل السيميولوجي للصورة، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية من 10 صور خلال الفترة من يونيو 2014 وحتى يونيو 2016. كشف التحليل السيميولوجي للصور المنشورة في مجلة "دابق" خلال الفترة الزمنية للدراسة حمل هذه الصور لمجموعة من الرسائل الضمنية التي يسعى تنظيم "داعش" إلى تمريرها في صور منتقاة بعناية أبرزها التشكيك في قدرة المؤسسات العسكرية العربية والغربية على هزيمة التنظيم، إلى جانب خلق حالة من الذعر والخوف عن طريق الصورة نتيجة المبالغة في قوة التنظيم وسطوته. (ربيع، 2017، ص 292)

بحثت دراسة (منصور، 2017) في الصورة داخل "الخطاب الإعلاني"، وخصوصية الخطاب الإشهاري في تأسيسه لعلامة ثابتة في عصر العولمة تقوم على ثنائية يتشابه فيها الجسد

الأنثوي بالإعلام والتسويق. وانطلاقاً من المقاربة السيميائية لرولان بارت تطرقت الدراسة إلى صورة الجسد الأنثوي في الخطاب الإشهاري وعلاقته التأثيرية بين المنتج والمستهلك، وحاولت الدراسة قراءة الجسد الأنثوي في الخطاب الإشهاري من منظور سيميائي وذلك بالتركيز على وظائفه وتحليله مع محاولة تقديم نماذج تطبيقية من خلال وجود الجسد الأنثوي في صور إشهارية كالتلفزيون والسينما والجدران ليدخل بالتالي حيز ثقافة الصورة واستهلاكها ويكون التعامل معها بأسلوب متوازي للخطاب اللغوي وقدرته على التبليغ والتواصل المبني على العناصر الجمالية والفنية. (منصور، 2017، ص 40)

وأشار (بكر، 2017) في دراسته إلى أخلاقيات الصورة الصحفية، وبين أن الصورة هي صاحبة الكلمة الأولى والأخيرة، فهي تحفظ لنا الحقائق وتسهم في خلق الوعي وصنع القرار. كما أمعن الكاتب في التدقيق في اختيار الصور كنماذج للبحث من خلال الصحف الرصينة التي تلتزم معايير المهنة الصارمة للتدليل على حالات من المفترض كونها صائبة، ولكنه أيضاً عرض نماذج من الصحافة الصفراء أو ما يطلق عليها " النفايات " بحسب التعبير الإنجليزي، كما عرج الباحث على المعلومات التاريخية لتوضيح الظرف التاريخي للأحداث التي وقعت في قبضة الصورة، وسقطت في أسر إطارها، والتي تم الاستشهاد بها في الدراسة. (بكر، 2017، 12)

وبينت دراسة (إبريز، 2009) أن الصورة أداة خطيرة وماكينة هائلة لتحريك الجماعات عبر ما تبثه وسائل الإعلام، وإذا كان بوسعنا الحديث عن رأي عام عالمي فالفضل يعود إلى الصورة وانتشارها المذهل. وأشارت الدراسة إلى انه إذا كانت المعرفة فيما مضى قد ركزت على السمع وثقافة الأذن، فإن عصرنا هذا قد أضاف إلى ذلك عنصراً آخر يتكامل مع الأول ويغنيه،

وهو "عالم الصورة وثقافة العين" وبخاصة فيما نشهده من عملاقة تكنولوجية في الميادين التقنية والتخصصات العلمية الدقيقة. (إبريز، 2009، 150)

التعقيب على الدراسات السابقة:

نقب الباحث في عشرات المراجع والكتب والأبحاث العربية في قواعد البيانات الرقمية العربية والمكتبات عن موضوع الدراسة. وجد وفرة كبيرة في الدراسات العلمية العربية التي تناولت موضوع الدراسة أو بعض محاوره.

حرص الباحث على التعمق في إشكالية الدراسة. لم يركز الباحث على الكتب بقدر تركيزه على الأبحاث العلمية المحكمة، لأن الأبحاث تمتاز بنتائجها العلمية، وهي تخضع لمحكمين مختصين ولا يُعبر الباحثين فيها عن آرائهم. معظم الدراسات السابقة تنوعت من مختلف الأقطار العربية وقد تعتمد الباحث فعل ذلك، حتى يطلع على مختلف أنواع الأبحاث العلمية التي عالجت موضوع الصورة والأدوات العلمية المستخدمة.

هناك جزء من الدراسات السابقة اعتمد على المنهج الوصفي المسحي بطريقة الاستبانة. كما ركز الباحث على أصالة تلك الأبحاث وحدائتها، فقد نشرت معظم الدراسات السابقة بين أعوام (2017 - 2021) وهو يعني أن الباحث معني بمتابعة آخر الأبحاث التي تتناول استخدامات وأخلاقيات الصورة.

سيقوم الباحث بالكشف عن أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة من حيث إشكالية ونوع ومنهج ومجتمع وعينة وأدوات الدراسة، وأبرز مميزات الدراسة الحالية مقارنة مع الدراسات السابقة.

تأسيساً على الدراسات السابقة، فقد اشتركت الدراسة الحالية جزئياً مع الدراسات السابقة من حيث موضوعها وأهدافها، وتتشابه مع الدراسة الحالية في بعض جوانبها ومحاورها، فإما أن يكون التشابه في نوع الوسيلة الإعلامية أو في طبيعة مجتمع الدراسة، أو في استخدام أدوات الدراسة.

انتقلت الدراسة الحالية مع دراسة (البقي، 2021) في موضوع الدراسة والعينة والأداة. فقد تشابهت هذه الدراسة مع البقي في إشكالية الدراسة واختيار العينة، واستفاد الباحث منها في أهمية وأهداف الدراسة. كما استفاد الباحث منها في صياغة الإشكالية والبناء النظري للدراسة وتحديد أهدافها وأهميتها النظرية والتطبيقية والاستفادة من أداة الدراسة وبناء فقرات الاستبيان بطريقة محكمة وفق مقياس منطقي بما يحقق نتائج الدراسة.

كما انتقلت الدراسة الحالية مع دراسة (الدهشان، 2019) في العينة واختلفت معها في موضوع الدراسة التي ناقشت فيها وضع ميثاق شرف عن أخلاقيات الصورة. كما انتقلت الدراسة مع دراسة (بكر، 2017) من حيث الموضوع، وأهميته، فقد أشار بكر إلى أهمية الصورة باعتبارها صاحب الكلمة الأولى والأخيرة، بحكم إطلالتها على التاريخ والحدث اليومي، وفهم تفاصيل أحداثه.

تختلف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في مجتمع وعينة الدراسة أو العينات. فقد اختلفت مع دراستي (الجميلة، 2020) و(ربيع، 2017) في عينة وأداة الدراسة، فقد كانت عينة الدراستين السابقتين في تحليل صور من مجلة "دابق" التي يصدرها تنظيم "داعش"، كما تم تحليل الصور من الزاوية السيميائية. لم توظف أي من الدراسات السابقة أي نظرية، بينما وظفت الدراسة الحالية نظرية الاستخدامات والإشباع.

تشابه جزء من الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في استخدامها للاستبانة كأداة لها. كما تشابهت في دراسة الآثار الناتجة عن منصات التواصل الإعلامي.

كما كان الاختلاف في الأداة، فمعظم الدراسات السابقة استخدمت أداة واحدة بينما الدراسة الحالية استخدمت ثلاث أدوات. واختلفت الدراسات السابقة عن بعضها البعض في النتائج، كما تختلف الدراسة الحالية في نتائجها، فقد أعطت نتائج جديدة في موضوع الدراسة.

تتقاطع الدراسة الحالية مع دراسة (منصور، 2017) في الصورة ولكن تختلف معها في العينة، فقد كانت العينة حول الإعلانات التجارية. كما تتقاطع مع دراسة (أمينة، 2019) عن خطورة الصورة إذا كانت غير أخلاقية، باعتبارها أداة خطيرة لتحريك الرأي العام.

وجد الباحث أن نسبة التقاطعات بين الدراسة الحالية والدراسات والأبحاث العلمية السابقة التي أطلع عليها تفوق 70 %.

يرى الباحث أن الدراسات التي لها علاقة بموضوع الدراسة الحالية لا تتصل بموضوعها اتصالاً جغرافياً مباشراً، وهي مكتملة للدراسات السابقة؛ مما دفعه إلى ضرورة إجراء هذه الدراسة.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

مواقع التواصل الاجتماعي: Social Media

تُعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "تطبيقات تسمح للمستخدمين بالتواصل من خلال عمل صفحات للمعلومات الشخصية، ودعوة الأصدقاء والزلاء إلى الاطلاع على هذه الصفحات وإرسال الرسائل والمحادثات بينهم. ويمكن أن تحتوي الصفحة الشخصية على أي نوع من المعلومات مثل الصور والفيديو وملفات الصوت والمدونات." (المدني، 2020، ص 28)

الصورة: Image

الصورة هي: " ترجمة لكلمة Image بالإنجليزية، وهي مشتقة من كلمة (سحر)، بسبب تعبيرها عن المواقف والأحداث بدقة متناهية، قد تتفوق على الواقع في تقريب بعض الأشياء البعيدة (اللقطه الكبيرة)، إنها لغة البصر وما يستهوي العين من انفعالات ناتجة عن منطوق العلامة البصرية ومفاهيمها كالتأطير " (إطار الصورة) واللقطه" والخلفية" والحجم" والإخراج" والألوان" والإنتاج والتلقي" والحقل" والتمثيل" والوضعه" (بكرس الواو) وكان أول من أبدع في فن التصوير شاب أمريكي الجنسية يدعى "ماثيو برادي" (1823 - 1899)، لذلك لقب بأبي الصحافة المصورة، أي أن الفن لم يولد مع الصحافة، وإنما اقتحمها مع الحرب الأهلية الأمريكية (1861 - 1865). (كيويوست، 2019)

الأخلاق: Ethic

الكلمة الإنجليزية للأخلاق Ethic مُستخلصة من الجذر اليوناني "ديون" أي ما يجب فعله، وهو الذي نقله اللاتين إلى لغتهم بلفظ "Morale". الفيلسوف اليوناني سقراط (470 - 399 ق. م.) وهو المؤسس الفعلي لهذا العلم.

وقد عُرفت الأخلاق بانها "خطاب معياري يبنني على التعارض الموجود بين الخير والشر باعتبارهما قيمتين مطلقتين (عبد الرحمن 2000، ص 18). أما الفيلسوف الهولندي سبينوزا (1632- 1677) وهو من أهم فلاسفة القرن السابع عشر فقد أعتبر الأخلاق " ليس إلا مركزاً تتلاقى فيه إشعاعات المعرفة البشرية في سائر فروعها (كريم 2008، ص 21)، في حين طالب إيمانويل كانط (1724- 1804) وهو فيلسوف ألماني، بتأسيس أخلاق عالمية، وقد أطلق عليها أخلاق الواجب قبل أن تكون أخلاق القانون (بوحناش 2013، ص 36).

جامعة بيرزيت:

هي عبارة عن مؤسسة أكاديمية تأسست عام 1924، تقع في مدينة رام الله وسط الضفة الغربية في فلسطين، يوجد بها عشر كليات، تعتبر جامعة أهلية، أسستها عائلة فلسطينية عام 1924، يُشرف عليها مجلس أمناء مستقل، وتضم حوالي 15 ألف طالب وطالبة.

الطريقة والإجراءات:

سيعرض الباحث الإجراءات العملية التي اتبعها والتي تتضمن نوع ومنهج الدراسة وحدود ومتغيرات الدراسة، كما سيعرض الخطوات التي اتبعت في مجتمع الدراسة وخصائص العينة ونوعها وأدوات الدراسة وخصائص كل أداة، ثم سيقوم بشرح مفصل للاستبيان، ومحاورة وعدد فقراته، ثم سيتطرق الباحث إلى الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات من خلال برنامج الرزم الاحصائي، والإشارة أيضاً إلى الطرق والخطوات التي اتبعت في صدق وثبات الدراسة.

نوع الدراسة:

تتنمي الدراسة الحالية إلى حقل الدراسات الاستكشافية الكمية. هذا النوع من الدراسات يحاول أن يتعامل مع الظواهر ويقرأ العلاقات بين اتجاهاتها ومتغيراتها وحركاتها وخصائصها وإشكالياتها وعلاقاتها ومؤشراتها والعوامل المؤثرة فيها ومستقبلها من خلال تحليل وتفسير النتائج عن طريق أساليب التحليل الاحصائي.

ولكن ما يُعاب على البحث الكمي أنه يبحث في الأرقام المتعلقة بنتائج الظاهرة ويُحاول تفسيرها، بينما يبحث البحث الكيفي في تفسير نشوء الظاهرة والعوامل والظروف والإشكاليات المحيطة بها والمؤثرة فيها.

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كونه المنهج الملائم لطبيعة هذه الدراسة؛ إذ أن هذا المنهج لا يعتمد فقط على جمع المعلومات، وإنما يقوم على فهم ووصف الظاهرة وصفاً كمياً دقيقاً للوصول إلى الاستنتاجات المرجو الوصول إليها من خلال الدراسة (عوده وملكاوي، 1992). وتأسيساً على طبيعة الدراسة والنتائج المرجوة، فقد استخدم الباحث منهج المسح بالعينة بشقيه الوصفي لكي يجيب على إشكالية الدراسة وأسئلتها، والتحليلي لاختبار فروض الدراسة. ويهتم المنهج الوصفي بجمع المعلومات عن سلوكيات الأفراد وعلاقتهم بوسائل الإعلام، كما يقوم بوصف دقيق للظاهرة وجمع المعلومات وتصنيفها وترتيبها والتعرف على نشأتها وتكونها وأبعادها ومراقبة وحدات الظاهرة وتحليل وتفسير نتائجها، والحقائق المدروسة المرتبطة بتصرفات عينة من الناس.

حدود الدراسة ومحدداتها:

تتمثل حدود الدراسة الحالية في الآتي:

الحدود الموضوعية: اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على

مواقع التواصل الاجتماعي

الحدود الزمانية: تم تنفيذ الدراسة خلال الفصل الثاني للعام الدراسي 2022

الحدود المكانية: دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت - فلسطين.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة الأصلي من جميع طلبة دائرة الإعلام في جامعة بيرزيت والبالغ عددهم 242 طالباً وطالبة من أصل 15000 طالب وطالبة في جامعة بيرزيت، وفقاً لإحصائية رسمية صادرة من الكلية في العام الدراسي 2021 / 2022.

وقد أختار الباحث مجتمع الدراسة بسبب ندرة الأبحاث العلمية والكتب المحكمة التي تطرقت لدائرة الإعلام في جامعة بيرزيت بحسب قواعد البيانات الرقمية العربية. واهتمام الدراسة بشرحية الطلبة التي تُعتبر من الشرائح المهمة في المجتمع وأكثرهم قدرة على التعامل مع أخلاقيات الصورة.

ثانياً- عينة الدراسة:

أما عينة الدراسة، فقد اختيرت كالآتي:
أولاً- العينة الاستطلاعية: اختيرت عينة استطلاعية مكونة من (30) من طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت، وذلك بغرض التأكد من صلاحية أدوات الدراسة واستخدامها لحساب الصدق والثبات.

ثانياً- عينة الدراسة الأصلية: اختيرت عينة الدراسة بالطريقة العشوائية من مجتمع الدراسة الأصلي الذي يبلغ (242) طالباً وطالبة. وقد بلغ حجم العينة (132) طالباً من دائرة الإعلام في جامعة بيرزيت. وقد تراوحت أعمارهم بين 18 - 26 عاماً، ومن مختلف السنوات الدراسية المختلفة، وقد تم تنفيذ الدراسة خلال الفصل الدراسي الثاني للعام الأكاديمي 2022.

لقد توزعت العينة على مناطق سكنية مختلفة مثل المدينة والقرية والبلدة والمخيم، فالمدينة تمتاز بكثافة سكانية مرتفعة مقارنة بالبلدة، علماً أن كليهما يوجد به مجلس بلدي، بينما يوجد في القرية مجلس قروي، وتمتاز القرية بصغر عدد سكانها مقارنة بالبلدة أو المدينة، في حين يسكن المخيمُ لاجئين طردوا من ارضهم عام 1948.

وقد تم اختيار عينة من دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت لأن طلبة الدائرة يدرسون مساقاً متخصصاً في قوانين وأخلاقيات الإعلام يتضمن المحددات الدينية والقانونية والأخلاقية التي تضبط النقاط

ونشر الصورة، وبالتالي ستحاول هذه الدراسة ان تقيس مدى وعيهم حول أخلاقيات توظيف الصورة بناء على المعرفة المسبقة التي يتلقونها في هذا المساق.

والجدول (1) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة المستقلة(التصنيفية):

الجدول (1): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة المستقلة(التصنيفية)

المتغير	الفئات	العدد	النسبة %
الجنس	نكر	42	31.8
	أنثى	90	68.2
	المجموع	132	100.0
مكان السكن	مدينة	58	43.9
	بلدة	18	13.6
	قرية	46	34.8
	مخيم	10	7.6
	المجموع	132	100.0
	غير متعلم	21	15.9
	توجيهي	43	32.6
	بكالوريوس	52	39.4
	ماجستير فأعلى	16	12.1
	المجموع	132	100.0

أدوات الدراسة:

ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمد الباحث على أداتين للدراسة، وهما:

أولاً: الاستبانة أداة رئيسية في الدراسة. والاستبانة هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة

والاستفسارات التي ترتبط بعضها ببعض، حتى تحقق هدف أو أهداف الدراسة.

قام الباحث ببناء أداة الدراسة في صورتها الأولية، وقد جرى تطويرها اعتماداً على الدراسات السابقة التي أطلع عليها الباحث. تكونت الاستمارة من (20) فقرة موزعة على محورين/ وحدتين وهما: الوحدة الأولى: المتغيرات الديمغرافية (المعلومات والبيانات العامة الأولية للمفردة)، والوحدة الثانية: وشملت (17) فقرة لقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي. تم استخدام الاستمارة الإلكترونية وتوزيعها على عينة الدراسة بطريقة عشوائية، حيث وزعت على الطلبة وقد تم جمع المعلومات وتقريرها وتحليل البيانات آلياً بواسطة أفضل البرامج استخداماً وهو برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية.

Statistical package for social science (SPSS)

وجد الباحث أن العينة العشوائية بعد استشارة المحكمين، أنها أفضل أنواع العينات لهذه الدراسة.

ثانياً: الملاحظة: Observation

تعرف الملاحظة بانها "عملية مراقبة لسلوك الظاهرة ومكوناتها ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقتها بقصد تفسيرها وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة، وهذا يعني أن الملاحظة هي انتباه مقصود ومنظم ومضبوط للظاهرة بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها."

(السعدي، 2016، ص 191)

الخصائص السيكمترية لمقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي

صدق المقياس:

للتحقق من صدق مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي اتبعت الإجراءات الآتية:

استخدم الباحث نوعان من الصدق كما يلي:

أ) **الصدق الظاهري (Face validity):** للتحقق من الصدق الظاهري أو ما يعرف بصدق المحكمين لمقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي، عُرِضَ المقياس بصورته الأولية على مجموعة من ذوي الخبرة والاختصاص ممن يحملون درجة الدكتوراه، وقد بلغ عددهم أربعة محكمين من دائرة الإعلام في جامعة بيرزيت، وقد تشكل المقياس في صورته الأولية من 20 فقرة، إذ اعتمد معيار الاتفاق (80%) كحد أدنى لقبول الفقرة. وبناءً على ملاحظات وآراء المحكمين، أُجريت التعديلات المقترحة، وُعدلت صياغة بعض الفقرات. كما تم التأكد من وضوح الفقرات ومن وضع الصياغة الإجرائية ومدى ارتباط العبارات بالمحاور، ومدى صلاحيتها لقياس ما صُممت لقياسه ومدى توافقها مع أهداف الدراسة وسلامة الصياغة اللغوية والدلالية والإملائية والنحوية. كما تم ابداء آراء المحكمين في صدق المضمون من أجل الحذف أو الإضافة أو التعديل. وعلى ضوء الاقتراحات والملاحظات والتعديلات قام الباحث بتعديلها. وقد كانت نسبة الموافقة على الاستبيان 95 % مما يعني أن المقياس صالح للتطبيق.

ب) **صدق البناء (Construct Validity):** من أجل التحقق من صدق المقياس استخدم الباحث أيضاً صدق البناء، على عينة استطلاعية مكونة من (30) من طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت، ومن خارج عينة الدراسة المستهدفة، واستخدم معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لاستخراج قيم معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية لمقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي، كما هو مبين في الجدول (2):

جدول (2): يوضح قيم معاملات ارتباط فقرات مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة

بييرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي مع الدرجة الكلية

للمقياس (ن=30):

الفقرة	الارتباط مع الدرجة الكلية	الارتباط مع الفقرة	الارتباط مع الدرجة الكلية
مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بييرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي			
1	.82**	10	.72**
2	.74**	11	.51**
3	.66**	12	.41**
4	.76**	13	.72**
5	.84**	14	.69**
6	.34*	15	.90**
7	.88**	16	.85**
8	.82**	17	.72**
9	.68**	-	-

*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05 < p) **دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (**)

(p < .01)

يلاحظ من البيانات الواردة في الجدول (2) أن معامل ارتباط الفقرات تراوحت ما بين (.34 _ .90)، كما أن جميع معاملات الارتباط كانت ذات درجات مقبولة ودالة إحصائياً، إذ نكر جارسيا (Garcia, 2011) أن قيمة معامل الارتباط التي تقل عن (.30) تعتبر ضعيفة، والقيم التي تقع ضمن المدى (.30 - أقل أو يساوي .70) تعتبر متوسطة، والقيمة التي تزيد عن (.70) تعتبر قوية، لذلك لم تحذف أي فقرة من فقرات المقياس.

ثبات المقياس

للتأكد من ثبات مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي، وزع المقياس على عينة استطلاعية مكونة من (30) من طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت، ومن خارج عينة الدراسة المستهدفة، ويهدف التحقق من ثبات الاتساق الداخلي للمقياس، فقد استخدمت معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) على بيانات العينة الاستطلاعية بعد حساب الصدق (17) فقرة، وقد بلغ معامل كرونباخ ألفا (.94) وتعد هذه القيمة مرتفعة، وتجعل من الأداة قابلة للتطبيق على العينة الأصلية.

تصحيح مقياس الدراسة:

تكون مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي في صورته النهائية بعد قياس الصدق من (17)، فقرة، وقد مثلت جميع الفقرات الاتجاه الإيجابي لاتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد طلب من المستجيب تقدير إجابته عن طريق تدرج ليكرت (Likert) خماسي، وأعطيت الأوزان للفقرات كما يلي: موافق بشدة (5) درجات، موافق (4) درجات، محايد (3) درجات، غير موافق (2) درجتان، غير موافق بشدة (1)، درجة واحدة.

متغيرات الدراسة

اشتملت الدراسة على المتغيرات المستقلة والتابعة الآتية:

أ- المتغيرات المستقلة (التصنيفية):

1. الجنس: وله مستويان هي: (1-ذكر، 2-أنثى).
2. مكان السكن: وله أربعة مستويات هي: (1-مدينة، 2-بلدة، 3-قرية، 4-مخيم).

3. المستوى التعليمي للأب: وله ثلاثة مستويات هي: (1-غير متعلم، 2-توجيهي، 3-بكالوريوس، 4-ماجستير فأكثر).

ب-المتغير التابع:

1. الدرجة الكلية التي تقيس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة.
إجراءات تنفيذ الدراسة

نُفذت الدراسة وفق الخطوات الآتية:

1. جمع المعلومات من العديد من المصادر كالدراسات العلمية المحكمة.
2. تحديد مجتمع الدراسة، ومن ثم تحديد عينة الدراسة.
3. تطوير أدوات الدراسة من خلال مراجعة الأدبيات السابقة.
4. تحكيم أدوات الدراسة.
5. تطبيق أدوات الدراسة على عينة استطلاعية ومن خارج عينة الدراسة الأساسية، إذ شملت (30) من طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت، وذلك بهدف التأكد من دلالات صدق وثبات أدوات الدراسة.
6. تطبيق أدوات الدراسة على العينة الأصلية، والطلب منهم الإجابة على فقراتها بكل صدق وموضوعية، وذلك بعد إعلامهم بأن إجاباتهم لن تستخدم إلا لأغراض الدراسة العلمية.
7. إدخال البيانات إلى ذاكرة الحاسوب، حيث استخدم برنامج الرزمة الإحصائي (SPSS, 26) لتحليل البيانات، وإجراء التحليل الإحصائي المناسب.
8. مناقشة النتائج التي أسفر عنها التحليل في ضوء الأدب النظري والدراسات السابقة، والخروج بمجموعة من التوصيات والمقترحات.

المعالجات الإحصائية:

من أجل معالجة البيانات، قام الباحث باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS, 26) وذلك باستخدام المعالجات الإحصائية الآتية:

1. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية.
2. معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لفحص الثبات.
3. اختبار (ت) لعينة واحدة (One-Sample Test) وذلك للحكم على اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي.

4. اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent Samples t-test)، لفحص الفرضية المتعلقة بالجنس.
5. اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للتعرف لفحص الفرضية المتعلقة بمكان السكن والمستوى التعليمي للأب.
6. اختبار (Scheffe).
7. اختبار بيرسون (Pearson Correlation) لفحص صدق أداة الدراسة. النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

ما اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي؟

للإجابة على هذا السؤال، حُسبت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية واستخدم اختبار (ت) لعينة واحدة (One-Sample Test) وذلك للحكم على اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تم اعتبار النسبة المئوية (60%) هي النقطة الفاصلة بين الاتجاهات الإيجابية والسلبية نظراً لكون الأداة تتبع تدرجاً خماسياً والقيمة التي تفصل بين الاتجاهات هي (3)، كمتوسط فرضي للحكم، بحيث إذا زادت نسبة المتوسط الحسابي عن قيمة (3)، كان الاتجاه إيجابياً، والعكس هو صحيح. والجدول (3) يوضح ذلك:

جدول (3) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) لعينة واحدة لاستجابات عينة الدراسة على مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (ت)	مستوى الدلالة	الاتجاه
اتجاهات الشباب الفلسطيني	3.83	0.685	131	13.927	* < .001	إيجابي

*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05 < p)

يتضح من الجدول (3) وجود اتجاه إيجابي على مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي، إذ بلغت قيمة

(ت) المحسوبة (13.927) وهي قيمة مرتفعة وذات دلالة إحصائية، وقد بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة عن مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي (3.83) وهذه القيمة أكبر من القيمة المحكية (3) مما يشير إلى أن الاتجاه ايجابي.

ولتحديد ترتيب تقديرات أفراد العينة على فقرات مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي، حُسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم رتبت تنازلياً وفقاً للمتوسطات الحسابية، بدءاً من أعلى متوسط حسابي وختاماً بأقل متوسط حسابي، والجدول (4) يوضح ذلك:

جدول (4): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لفقرات اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع

التواصل الاجتماعي وعلى المقياس ككل مرتبة تنازلياً

الرتبة	رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الاتجاه
1	5	اوراعي عند نشر الصور على مواقع التواصل الجانب الأخلاقي لنشر الصورة	4.1	1.01	83.8	ايجابي
			9	0		
2	15	يعتبر تعدي على الخصوصية التقاط صورة لشخص بدون أذنه ونشرها على مواقع التواصل	4.1	1.04	82.0	ايجابي
			0	7		
3	4	تنتابني قضية المصادقية عند نشر الصورة	4.0	1.10	80.0	ايجابي
			0	5		
4	16	يعتبر عمل غير أخلاقي نشر صورة لشخص تشكل اساءه له حتى لو كانت ذات قيمة اخبارية	3.9	1.06	78.6	ايجابي
			3	4		
5	13	تفعيل قانون الجرائم الالكترونية أفضل طريقة لمحاربة نشر الصور غير الأخلاقية	3.9	1.07	78.6	ايجابي
			3	8		
6	9	ينتابني غضب عند رؤية صور قتلى حوادث السير دون تغطية وجوههم	3.9	1.08	78.4	ايجابي
			2	1		

7	1	3.8	1.08	77.6	ايجابي	تتناهني قضية احترام الخصوصية عند نشر الصورة
		8	4			
8	14	3.8	1.08	77.6	ايجابي	يؤدي نشر الصور غير أخلاقية إلى زعزعة الاستقرار والسلم الاهلي والأمن الشخصي
		8	6			
9	8	3.8	1.14	77.0	ايجابي	ينبغي ان يقدم كل شخص للمحاكمة إذا قام بنشر صور غير أخلاقية على مواقع التواصل.
		5	7			
10	7	3.8	1.14	76.2	ايجابي	أقوم باتخاذ إجراء عند رؤية صور غير أخلاقية مثل حظر الحساب.
		1	0			
11	6	3.7	1.33	75.6	ايجابي	أقوم بنشر صور غير أخلاقية لإثارة غرائز الشباب
		8	8			
12	2	3.7	1.13	75.4	ايجابي	تتناهني قضية حقوق الملكية عند نشر الصورة
		7	6			
13	17	3.7	1.07	75.0	ايجابي	يعتبر عمل غير أخلاقي نشر صورة لمنطقة جغرافية بجانب خير لا تمت له بصله
		5	0			
14	11	3.6	1.07	73.4	ايجابي	يساعد نشر بعض الصور الشخصية بتعريض صاحبها للابتزاز
		7	2			
15	12	3.6	1.15	72.6	ايجابي	يثير عندي ما ينشر من صور غير الأخلاقية على مواقع التواصل الاجتماعي مشاعر القلق والخوف
		3	8			
16	10	3.6	1.12	72.0	ايجابي	يساهم نشر صور الأطفال في انتهاك حقوق الطفولة
		0	2			
17	3	3.4	1.08	68.6	ايجابي	تتناهني قضية احترام الضعف عند نشر الصورة
		3	4			
		3.8	0.68	76.6	ايجابي	اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي ككل
		3	5			

يتضح من الجدول (4) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تراوحت ما بين (4.19-3.43)، وجاءت فقرة " اوراعي عند نشر الصور على مواقع التواصل الجانب الأخلاقي لنشر الصورة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (4.19)، بينما

جاءت فقرة " تتابني قضية احترام الضعف عند نشر الصورة " في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (3.43).

ولغايات تفسير المتوسطات الحسابية، ولتحديد اتجاهات طلبة الدائرة الإعلام حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي صُنّف المستوى إلى اتجاهين: اتجاه ايجابي واتجاه سلبي، وقد تمت مقارنة متوسط العينة مع المتوسط الفرضي (3) على اعتبار أن النسبة المئوية (60%) هي النقطة الفاصلة للحكم بين الاتجاهات الإيجابية والسلبية، بحيث إذا زادت نسبة المتوسط الحسابي عن قيمة (3)، كان الاتجاه ايجابياً. وبناء على ذلك، مثلت جميع الفقرات الاتجاه الإيجابي.

وعند حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة عن مقياس اتجاهات الطلبة حول أخلاقيات الصورة نجد أنها تساوي (3.83) وهذه القيمة أكبر من القيمة المحكية (3) مما يشير إلى أن الاتجاه ايجابياً بامتياز.

وعن أسباب هذه النتيجة، يرى الباحث أن ذلك ربما يعود إلى الآتي:

أولاً: جميع طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت يدرسون مساقاً اجبارياً وهو " قوانين وأخلاقيات الإعلام" في سنتهم الثانية والذي يتضمن المحددات القانونية والأخلاقية عند النقاط ونشر الصور، قانون الجرائم الالكترونية، المواثيق الوطنية والدولية التي تكفل حرية التعبير، توضيح علاقة الإعلام بالمجتمع والأدوار الجديدة التي يطرحها الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية، أخلاقيات الإعلام، الفرق بين النقد والتشهير والقذح والذم، الفرق بين المعلومات والاتهامات، العقوبات وتجريم الصحفي، المساءلة التي قد يخضع لها الصحفي، حق الحصول على المعلومات، حق الاحتفاظ بالمصادر وحمايتها، هذا المساق يعطيهم المزيد من الوعي حول كيفية التعامل مع منصات التواصل الاجتماعي والنشر فيها بطريقة قانونية وأخلاقية وتجنب الوقوع في ثغرات قانونية.

ثانياً: تطرح دائرة الإعلام لطلابها مساقاً اختيارياً بعنوان " هاشتاغ فلسطين" والذي يتضمن التحقق من الأخبار الكاذبة وكيفية التعامل مع سياسات منصات التواصل الاجتماعي وإنتاج رواية متحقق من صحتها، هذا المساق يمكن طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت من التعامل باحترافية ومهنية مع منصات التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: يدرس الطلبة ثلاثة مساقات اجبارية تتعلق بالإعلام الجديد وهي: " شبكات اجتماعية" و " الكتابة للويب" و" مقدمة في الإعلام الجديد". وتتضمن المساقات مفهوم العملية الاتصالية الاجتماعية عبر الأنترنت وأدواتها المختلفة، خصائصها، أهمية التفاعلية، تأثير استخدام الوسائط

المختلفة على الجمهور، وقواعد الاتصال الاجتماعي بين الأفراد. كما تتناول المساقات مفهوم الإعلام الرقمي ووسائله، استخدام وسائل الإعلام الرقمية، مفهوم الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها.

رابعاً: يدرس الطلبة مساقين اختياريين في التصوير وهما التصوير الصحافي والتصوير الصحافي المتقدم حيث يتضمن المساقين المحددات النظرية والعملية لكيفية التقاط الصور وقوانين نشرها.

النتيجة التي نستخلصها، أن هذه المساقات تجعل طالب الإعلام في جامعة بيرزيت يتميز عن غيره من طلبة الجامعة أو عن الآخرين من أفراد المجتمع الذين ليس لديهم معلومات كافية عن قوانين وأخلاقيات نشر الصور في منصات التواصل الاجتماعي، كل هذه الأسباب مجتمعة زادت من نسبة المتوسط الحسابي عن القيمة المحكية (3).

النتائج المتعلقة بالفرضيات

النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس.

ومن أجل فحص الفرضية الأولى وتحديد الفروق تبعاً إلى متغير الجنس، استخدم اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent Samples t-test)، ونتائج الجدول (5) تبين ذلك:

الجدول (5): يوضح نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير الجنس.

المتغير	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
اتجاهات طلبة دائرة الإعلام	ذكر	42	3.70	0.639	-	.127
	أنثى	90	3.89	0.700	1.534	

يتبين من الجدول (5) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي كانت أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي عدم وجود فروق في اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير الجنس.

وفي الأغلب، قد يكون السبب وراء عدم وجود فروق في اتجاهات طلبة الإعلام تعزى لمتغير الجنس هو أن كل طلبة الدائرة الذكور والاناث يتعرضون إلى المساقات وإلى المضامين التدريسية نفسها التي تُعرف بأخلاقيات الصورة وتزيد من وعيهم واهتماماتهم بقضايا التحقق من مضامين الصور وسياقاتها، فإجادة مهارات وأدوات التحقق هي من المهارات الأساسية التي يتوجب على طلبة الإعلام اكتسابها بمعزل عن الجنس.

النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير مكان السكن.

ومن أجل فحص الفرضية الثانية، استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعاً إلى متغير مكان السكن، ومن ثم استخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق تبعاً إلى متغير مكان السكن. والجدولان (6) و(7) يبينان ذلك:

جدول (6): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير مكان السكن

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المتغير
0.630	3.88	58	مدينة	
0.386	4.17	18	بلدة	اتجاهات طلبة
0.792	3.62	46	قرية	دائرة الإعلام
0.638	3.89	10	مخيم	

يتضح من خلال الجدول (6) وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية، ومن أجل معرفة إن كانت هذه الفروق قد وصلت لمستوى الدلالة الإحصائية استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، والجدول (7) يوضح ذلك:

جدول (7): يوضح نتائج تحليل التباين الأحادي على مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير مكان السكن

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
اتجاهات طلبة دائرة الإعلام	بين المجموعات	4.364	3	1.455	3.264	.024*
	داخل المجموعات	57.051	128	0.446		
	المجموع	61.415	131			

*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($p < .05$)

يتبين من الجدول (7) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي كانت أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha \leq .05$)، وجود فروق في اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير مكان السكن.

وللكشف عن موقع الفروق بين المتوسطات الحسابية لمقياس اتجاهات الطلبة تعزى إلى متغير مكان السكن، أُجري اختبار (Scheffe) والجدول (8) يوضح ذلك:

جدول (8): يوضح نتائج اختبار (Scheffe) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية على مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير مكان السكن.

المتغير	المستوى	المتوسط	مدينة	بلدة	قرية	مخيم
---------	---------	---------	-------	------	------	------

.269°	3.88	مدينة	
.551°	4.17	بلدة	اتجاهات دائرة
	3.62	قرية	الإعلام
	3.89	مخيم	

*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($p < .05$) *

يتبين من الجدول (8) الآتي:

- وجود فروق دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq .05$)، في اتجاهات طلبية دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير مكان السكن بين (قرية) من جهة وكل من (مدينة) و (بلدة)، من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح كل من: (مدينة) و (بلدة).

يعود السبب في الغالب إلى وجود فروق لصالح الطلبة الذين ينحدرون من المدن والبلدات مقارنة بالطلبة الذين ينحدرون من القرى والمخيمات إلى طبيعة التفاعل والعلاقات الاجتماعية في المناطق الحضرية مقارنة بطبيعة العلاقات في القرى والمخيمات ذات العائلات الممتدة والتي تسيطر فيها ثقافة العشيرة والقبيلة، وهذا الاتساع في دائرة العلاقات الاجتماعية المنتشعبة ربما يساهم في بناء تعزيز ثقافة نشر الأخبار المضللة والقييل والقال والانطباعات والمعلومات المغلوطة ومن بينها تداول الصور والتي قد لا تكون صحيحة أو دقيقة، في حين تسود مبادئ الفردانية والخصوصية والذاتية في المدن والبلدات. بمعنى آخر، أن الثقافة الجمعية في القرى والمخيمات ربما تساهم في نشر الصور المغلوطة أو عدم مراعاة أخلاقيات الصورة عند تداولها ولا تراعي التحقق من نشر الصور.

النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq .05$) بين متوسطات اتجاهات طلبية دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير المستوى التعليمي للأب.

ومن أجل فحص الفرضية الثالثة، استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعاً إلى متغير المستوى التعليمي للأب، ومن ثم استخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way

ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق تبعاً إلى متغير المستوى التعليمي للأب. والجدولان (9) و(10) يبينان ذلك:

جدول (9): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير المستوى التعليمي للأب

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المتغير
0.685	4.03	21	غير متعلم	اتجاهات طلبة دائرة الإعلام
0.694	3.90	43	توجيهي	
0.703	3.67	52	بكالوريوس	اتجاهات طلبة دائرة الإعلام
0.522	3.90	16	ماجستير فأعلى	

يتضح من خلال الجدول (9) وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية، ومن أجل معرفة إن كانت هذه الفروق قد وصلت لمستوى الدلالة الإحصائية استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، والجدول (10) يوضح ذلك:

جدول (10): يوضح نتائج تحليل التباين الأحادي على مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير المستوى التعليمي للأب

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
اتجاهات طلبة دائرة الإعلام	بين المجموعات	2.497	3	0.832	1.808	.149
	داخل المجموعات	58.918	128	0.460		
	المجموع	61.415	131			

يتبين من الجدول (10) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على مقياس اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي كانت أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي عدم وجود فروق في اتجاهات طلبة دائرة الإعلام بجامعة بيرزيت حول أخلاقيات الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير المستوى التعليمي للأب.

ويعزو الباحث على الأغلب إلى عدم وجود فروق في اتجاهات الطلبة تعود لمتغير المستوى التعليمي للأب بسبب تراجع الأدوار التقليدية للأسرة في ظل هيمنة التقنية ومنصات التواصل الاجتماعي. فربما يقضي الأبناء وقتاً في الجامعة وفي المواصلات العامة وعلى منصات التواصل بما يفوق اضعاف ما يقضونه مع الأسرة، وليس سراً القول إن الأسرة شهدت تحولات عميقة بين أفرادها وفي نظامها الأسري باتجاه غياب الحوار وزيادة العزلة والفرادية والتفكك والتباعد والاعتراب. لقد أصبح أفراد الأسرة يعيشون حياة العزلة رغم وجودهم معاً، بحيث ينفرد كل منهم على هاتفه الذي أصبح أقرب إليه من أفراد الأسرة الآخرين في ظل غياب واضح من سلطة الأب وتراجع دوره التقليدي الذي كان يهيمن فيه سابقاً على كل كبيرة وصغيرة في البيت.

المقترحات والتوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة ومناقشتها، انبثقت عنها توصيات عدة، من أهمها:

- 1 . أوصي بعمل حملات إعلامية افتراضية لتفعيل برامج وفعاليات وندوات ارشادية للتوصل إلى صيغة توافقية تُقترح من قبل متخصصين وأساتذة جامعات وقانونيين لميثاق أخلاقي يُعالج نشر الصور المنافية للقانون والأخلاق على مواقع التواصل الاجتماعي.

2 . القيام بحملات إعلامية مكثفة في المجتمعات الافتراضية تحمل ارشادات وصياغات وضوابط وقواعد قانونية وتوجيهية ومراقبة للمستخدمين على شبكة الانترنت للتحذير من ارتكاب مخالفات قانونية وأخلاقية قد تؤدي بهم إلى عواقب وخيمة.

3. أوصي الجامعات والمدارس بتوعية الطلبة والتلاميذ وتثقيفهم بدور المنصات الرقمية بما يفيد الطالب الجامعي وتلميذ المدرسة للابتعاد عن نشر الصور الخاصة أو التقاط صور ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي دون اذن أصحابها.

4. دعوة الجامعات الفلسطينية إلى تدريس مساق التربية الإعلامية لكيفية التعامل مع المنصات الاجتماعية ولاسيما عدم التعدي على الخصوصيات الشخصية ومحاربة نشر الصور غير أخلاقية.

5 . دعوة الباحثين والأكاديميين إلى إجراء دراسات علمية مستمرة عن استخدامات وسائل الإعلام الجديد خاصة فيما يتعلق بنشر الصور على مواقع التواصل الاجتماعي، وأن تتناول هذه الدراسات متغير المستوى التعليمي للام.

5 . القيام بحملات رقمية من أجل عدم نشر صور منافية للدين أو لقيم المجتمع أو للقانون، خاصة عندما يتعلق الأمر بنشر صور أطفال.

7. القيام بحملات رقمية في وسائل الإعلام التقليدية والافتراضية لدفع الطلبة بعدم المكوث ساعات طويلة على مواقع التواصل الاجتماعي وهدر الوقت.

المراجع والمصادر :

اللغة العربية:

إبريز، بشير. (2009). الصورة في الخطاب الإعلامي: دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والإيقونية. مركز الدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية بوجدة، المغرب، 4 (5)، 149 – 178.

أمينة، بصافة. (2019). آليات قراءة الصورة الإشهارية في مواقع شبكات التواصل الاجتماعية المقاربة السيميولوجية لقراءة صور موبيليس الإشهارية في الفيسبوك وأثرها على المستهلكين الثقافيين. مجلة الخطاب والتواصل، الجزائر، 1 (2)، 10 – 34.

البقي، نادية منسي سعد. (2021) أخلاقيات الصورة على شبكات التواصل الاجتماعي من منظور الشباب الجامعي السعودي. المجلة العربية للإعلام والاتصال، السعودية، (27)، 289 – 337.

بكر، ياسر. (2017). أخلاقيات الصورة الصحفية. مطبعة حواس، القاهرة.

بوحناش، نورة (2013). الأخلاق والحداثة. أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، المغرب.

بورحلي، وفاء وغزال، عبد الرزاق. (2020). نشر الصور الصادمة في وسائل الإعلام الرقمية بين القيمة الإخبارية وأخلاقيات المهنة الصحفية: جدلية حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، الجزائر، 7 (5)، 85 – 100.

جدي، رضوان. (2018). أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة: دراسة استكشافية للتحديات الأخلاقية التي تعيق النشر الصحفي الإلكتروني. مجلة الصورة والاتصال، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، الجزائر، (22)، 35 – 62.

- الجمعية، أحمد بن محمد. (2020). سيميائية الصورة الصحفية ودورها في الإشهار الأيديولوجي لتنظيم داعش: دراسة كيفية. المجلة العربية للإعلام والاتصال، السعودية، (23)، 131-176.
- حرفش، شمس عبد. (2018). أخلاقيات الصور الفوتوغرافية الصحفية في العصر الرقمي. مجلة الجامعة العراقية، العراق، 1 (42)، 180-201.
- ربيع، حسين محمد. (2017). سيميائية الصورة في الخطاب الصحفي للتنظيمات المتطرفة: دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الرسائل البصرية لمجلة دابق وفقاً لمقاربة رولان بارت. مجلة البحوث الإعلامية، 48 (1)، 291 - 344.
- السعدي، مؤيد نصيف. (2016). الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي: دراسة في موقع الفيسبوك. ألفا للوثائق، الجزائر.
- سميرة، منصور، وحكيمة، شنان، وبوطورة، حنان. (2020). الصورة الإعلامية وتشظي القيم بالمخيل الإعلامي العربي - منظور الجسد بالمخيل الإعلامي العربي أنموذجاً. مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والإنسانية، 3 (3)، 50-70.
- الدهشان، جمال خليل، وبدوي، محمود فوزي أحمد. (2019). نحو ميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في ضوء آراء بعض خبراء التربية. مجلة كلية التربية، جامعة المنوفية، (1). 154-239 .
- عبد الرحمن، طه 2000: سؤال الأخلاق، مساهمة في النقد الأخلاقي للحدثة الغربية، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب.

عبد الكافي، ندى. (2019). أخلاقيات الصورة في وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة حالة على طلاب كلية الاتصال بجامعة الشارقة. المجلة العربية للإعلام و الاتصال، السعودية، 21، 229- 262 .

عبد المقصود، أماني رضا. (2019). مدى وعي طلبة الإعلام بالضوابط الأخلاقية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام مصر، 2019، (68)، 309-354

علال، حنان بن يحيى. (2019). الأخلاقيات المهنية في زمن الإعلام الجديد. مجلة المعيار، الجزائر، 23 (45)، 829-846

عوذه، أحمد وملكاوي، فتحي حسن. (1992). اساسيات الدراسة العلمية في التربية والعلوم الإنسانية: عناصر الدراسة ومناهجه والتحليل الاحصائي. إريد، مكتبة الكتابي.

قدس، شبكة أخبارية. (8 . 1 . 2020). "ايبوك" تصدر تقريرها لواقع منصات التواصل في فلسطين العام الماضي.

<https://qudsn.net/post/171853/%D8%A7%D9%8A%D8>

كيوبوست (27. 01 . 2019). أخلاقيات الصورة الصحفية في الإعلام العربي. الرابط على

[الإنترنت: https://www.qposts.com/%D8%A3%D8%AE%D9%](https://www.qposts.com/%D8%A3%D8%AE%D9%)

المدني، أسامة بن غازي زين. (2020). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستخدمة: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعتي أم القرى والملك عبد العزيز. (23)، 11- 69 .

منصور، عواطف. (2017). الجسد، الصورة في الخطاب الإعلاني: دراسة سيميائية رولان بارت. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المركز القومي للبحوث غزة، 1 (1)، 39-57.

ناصر، عبد الجبار. (2011). ثقافة الصورة في وسائل الإعلام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

اللغة الإنجليزية:

Atiyat, Farah Ahmad. (2021). the ethical standards in publishing journalistic photos on news websites. Mu'tah Lil-Buhuth Wad-Vol. 36, no. 1, «Dirasat: Humanities and Social Sciences Series pp.45-67.

Garcia, E. (2011). A tutorial on correlation coefficients, information-18/7/2018.<https://pdfs.semanticscholar.org/c3e1/095209d3f72ff66e07b8f3b152fab099eedea.pdf>.

Mishan, Tariq Abbud. (2019). the effect of social media on the students'. Journal of the Iraqia University, Vol. 21, no. 44,529-553.

Shaban, Raniya& Jalal, Samar. (2020). Ethical implications with social media (Facebook) advertising in Egypt. Arab Journal for Media and Communication Research, jamieat al'ahram alkanadia, Vol.2020, no.31, pp.50-93.

