التحديات الأخلاقية للإعلام الرقمي في ليبيا وعواقبها على الاستقرار المجتمعي: دراسة ميدانية

أ. إيمان عطية البربار
عضو هيئة تدريس، كلية الإعلام،
قسم الصحافة، جامعة الزيتونة
emanalbarbar29@gmail.com

أ. ازدهار عطية البربار
عضو هيئة تدريس، كلية الإعلام،
قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة الزيتونة
azdhar204@gmail.com

Ethical Challenges of Digital Media in Libya and Their Consequences on Societal Stability: A Field Study

Dr. Eman Attia Al-Barbar
Faculty Member, Faculty of Media،
Department of Journalism,
Al-Zaytuna University
emanalbarbar29@gmail.com

Dr. Ezdihar Attia Al-Barbar
Faculty Member, Faculty of Media،
Department of Radio and Television, Al-Zaytuna University
azdhar204@gmail.com

تاريخ الاستلام: 23-4-2026، تاريخ القبول: 13-5-2026، تاريخ النشر: 14-5-2026.

الملخص:
يعالج هذا البحث الإشكالية الناجمة عن الفجوة بين التسارع الرقمي في المشهد الإعلامي الليبي والفراغ التشريعي والمهني المصاحب له، مما أدى إلى ظهور تحديات أخلاقية غير مسبوقة. وهدفت إلى تحديد طبيعة هذه التحديات وتحليل العوامل المؤدية إليها، وقياس آثارها على مصداقية الإعلام والاستقرار المجتمعي في ليبيا، وبلورة إطار مقترح لتعزيز المسؤولية المهنية.
واسْتُلهِمَت الإجابة عن تساؤلات رئيسية دارت حول طبيعة وحدة التحديات الأخلاقية، والعوامل المؤثرة فيها، وآثارها على المصداقية والثقة العامة، وانعكاساتها على التماسك الاجتماعي، والآليات الكفيلة بمعالجتها.
واعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تطبيق استبيان على عينة قوامها 88 إعلامي ليبي، لرصد وتشخيص الواقع الميداني.
وكشفت النتائج عن هيمنة تحديات "انتشار الشائعات" و"السرعة على حساب الدقة"، مع تحديد "غياب التشريعات" و"الضغوط السياسية" كأبرز العوامل المُفْضية. وأكدت وجود علاقة ارتباطية قوية بين الممارسات غير الأخلاقية وتآكل المصداقية وزعزعة الاستقرار المجتمعي.
واختتم البحث بتقديم حزمة من التوصيات العملية، ركزت على ضرورة سن تشريعات رقمية عاجلة، وإنشاء هيئة رقابية مستقلة، وتعزيز التدريب على الأخلاقيات المهنية والرقابة الذاتية بين الإعلاميين، إلى جانب تعزيز التربية الإعلامية للجمهور.
الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، التحديات الأخلاقية، الاستقرار المجتمعي، أخلاقيات المهنة

Abstract:
This study addresses the problem arising from the gap between the rapid digital transformation in the Libyan media landscape and the accompanying legislative and professional void, which has led to the emergence of unprecedented ethical challenges. It aimed to identify the nature of these challenges, analyze their contributing factors, measure their impact on media credibility and societal stability in Libya, and formulate a proposed framework for enhancing professional responsibility.

The research sought to answer key questions concerning the nature and severity of ethical challenges, the factors influencing them, their effects on public trust and credibility, their implications for social cohesion, and potential mechanisms for addressing them.

Employing an analytical descriptive methodology, the study administered a questionnaire to a sample of 88 Libyan media practitioners to observe and diagnose the field reality.

The findings revealed the dominance of challenges related to "the spread of rumors" and "prioritizing speed over accuracy," identifying the "absence of legislation" and "political pressures" as the most significant contributing factors. The study confirmed a strong positive correlation between unethical practices, the erosion of media credibility, and the destabilization of societal stability.

The study concluded by proposing a set of practical recommendations, emphasizing the urgent need to enact digital legislation, establish an independent regulatory body, enhance training on professional ethics and self-censorship among media professionals, alongside promoting media literacy for the public.

Keywords : Digital Media, Ethical Challenges, Societal Stability, Professional Ethics.

مقدمة:

يشهد المشهد الإعلامي العالمي تحولاً جوهرياً مع صعود المنصات الرقمية وتوسع نطاقها، وهو ما أدى إلى إعادة تشكيل بيئة العمل الإعلامي من حيث سرعة تدفق المعلومات وآليات التفاعل والوصول إلى الجمهور. وقد انعكست هذه التحولات بدورها على السياق الليبي، حيث أصبحت الوسائط الرقمية تمثل قناة محورية للمعلومات والتواصل، خاصة في ظل الظروف السياسية والأمنية المضطربة التي تمر بها البلاد. ومع ذلك، فإن هذا التسارع الرقمي لم يُرافقه تطور موازٍ في الأطر التشريعية والتنظيمية، مما خلق فجوة أخلاقية ومهنية واسعة.

في هذا الإطار، تبرز إشكالية التحديات الأخلاقية التي تواجه الإعلاميين الليبيين في البيئة الرقمية، والتي لم تعد تقتصر على مخالفات مهنية معزولة، بل تحولت إلى ظاهرة مُهدِّدة لنسيج المجتمع واستقراره. فمن خلال انتشار الشائعات والأخبار الزائفة، وتصاعد خطاب الكراهية، وغياب الضوابط المهنية، يساهم الإعلام الرقمي – في غياب التشريعات والرقابة الفاعلة – في تفكيك الثقة الاجتماعية وتعميق الانقسامات.

لذا، يأتي هذا البحث كمحاولة لتشخيص هذه الإشكالية وتحليل أبعادها، سعياً لرصد طبيعة التحديات الأخلاقية التي يعاني منها الإعلام الليبي الرقمي، وتقييم آثارها على المصداقية الإعلامية والاستقرار المجتمعي، واقتراح إطار عملي لتعزيز المسؤولية المهنية. ويسعى البحث من خلال ذلك إلى الإجابة على تساؤلات حول العوامل المؤثرة وآليات المعالجة، بما يخدم هدف بناء إعلام مسؤول يساهم في تحقيق الاستقرار والتنمية المستدامة في ليبيا.

مشكلة البحث:

تتمثل المشكلة الأساسية لهذا البحث في التناقض الحاد بين التسارع الكبير في التحول الرقمي للمشهد الإعلامي الليبي من ناحية، وبين الفراغ التشريعي والتنظيمي والأخلاقي المصاحب له من ناحية أخرى. هذا الفجوة أدت إلى ظهور تحديات أخلاقية غير مسبوقة، تتراوح بين انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة، والانحياز تحت ضغوط سياسية ومالية، وانتهاك الخصوصية، وضعف الرقابة الذاتية والمهنية. هذه التحديات لا تؤثر فقط على مصداقية الإعلام ومهنته، بل تمتد آثارها لتشكل تهديداً حقيقياً للتماسك الاجتماعي والاستقرار المجتمعي في ليبيا.

ولهذا تمت صياغة مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي التالي:

ما طبيعة العلاقة بين التحديات الأخلاقية التي يواجهها الإعلام الرقمي في ليبيا وعواقبها على الاستقرار المجتمعي؟

أهمية البحث:

يستمد هذا البحث أهميته من خلال النقاط الآتية:

1. تقدم إطاراً متكاملاً لفهم تداخل العوامل التكنولوجية والسياسية والاجتماعية في تشكيل المشهد الأخلاقي للإعلام الرقمي، مما يثري النظريات الإعلامية المعاصرة.
2. العمل على إنجاز خارطة واضحة للتحديات الأخلاقية أمام الإعلاميين والإعلاميات في ليبيا، مما يساعدهم على التعرف عليها وتطوير آليات ذاتية للتعامل معها.
3. تقديم توصيات عملية يمكن أن تساهم في وضع مدونات سلوك وأطر تنظيمية لممارسة العمل الإعلامي في البيئة الرقمية الليبية.
4. تساهم في رفع مستوى الجودة والمصداقية للمحتوى الإعلامي الليبي الرقمي من خلال معالجة الإشكاليات الأخلاقية التي تهدد مهنيته.
5. تكشف كيف تؤثر الممارسات غير الأخلاقية في الإعلام الرقمي مباشرة على تماسك النسيج الاجتماعي في ليبيا، مما يساهم في وضع حلول للحد من خطاب الكراهية والشائعات.
6- تبرز كيف أن إعلاماً أخلاقياً ومسؤولاً يشكل ركيزة أساسية لتحقيق التنمية المستدامة في ليبيا، من خلال نشر الوعي وبناء ثقافة الحوار وتوفير بيئة إعلامية داعمة.

أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسية، يمكن صياغتها على النحو التالي:

1. **تحديد التحديات الأخلاقية:** تحديد أبرز التحديات الأخلاقية التي تواجه الإعلاميات والإعلاميين الليبيين أثناء ممارسة عملهم في البيئة الرقمية، وتصنيفها حسب درجة حدتها وتأثيرها.
2. **تحليل العوامل المؤثرة:** تحليل العوامل والسياقات (السياسية، والتشريعية، والاقتصادية، والاجتماعية-الثقافية) التي تسهم في نشوء وتفاقم هذه التحديات الأخلاقية من وجهة نظر الممارسين للمهنة.
3. **قياس الآثار على المصداقية والثقة:** تقييم الآثار المترتبة على هذه التحديات على مصداقية الأداء الإعلامي ومستوى الثقة العامة في وسائل الإعلام كمؤسسة رقابية وتربوية في المجتمع الليبي.
4. **استكشاف الانعكاسات على الاستقرار المجتمعي:** تحليل العلاقة بين الممارسات غير الأخلاقية في الإعلام الرقمي (كانتشار الشائعات وخطاب الكراهية) وانعكاساتها السلبية على تماسك النسيج الاجتماعي والاستقرار المجتمعي في ليبيا.
5. **تقديم إطار مقترح لتعزيز المسؤولية:** بلورة إطار مقترح (آليات وتوصيات) لتعزيز الحوكمة الأخلاقية والمهنية في العمل الإعلامي الليبي الرقمي، يساهم في بناء "إعلام مسؤول" يدعم الاستقرار والتنمية المستدامة.

تساؤلات البحث:

سعى هذا البحث للإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما طبيعة التحديات الأخلاقية التي تواجه الإعلاميات والإعلاميين الليبيين في بيئة العمل الرقمية، وما هي درجة حدّة كل منها من وجهة نظرهم؟
2. ما العوامل الرئيسية (السياسية، التشريعية، الاقتصادية، التقنية، والاجتماعية) التي تسهم – من وجهة نظر العينة – في نشوء وتفاقم هذه التحديات الأخلاقية في المشهد الإعلامي الليبي الرقمي؟
3. ما الآثار المترتبة لهذه التحديات الأخلاقية على مصداقية الأداء الإعلامي للممارس الفرد ولمؤسسته الإعلامية، وكيف تنعكس على مستوى ثقة الجمهور الليبي في وسائل الإعلام بشكل عام؟
4. كيف تُؤثر الممارسات غير الأخلاقية في الإعلام الرقمي الليبي (مثل: نشر الشائعات، خطاب الكراهية، انتهاك الخصوصية) سلباً على الاستقرار المجتمعي والتماسك الاجتماعي في ليبيا؟
5. ما الآليات والتوصيات التي يمكن اقتراحها لتعزيز الالتزام بالأخلاقيات المهنية في الإعلام الرقمي الليبي، وكيف يمكن لهذه الآليات أن تساهم في بناء إعلام مسؤول يدعم الاستقرار والتنمية المستدامة؟

فرضيات البحث:

يمكن صياغة الفروض كما يلي:

الفرضية الرئيسية:

يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الإعلامي/ة على الوسائل الرقمية ودرجة تعرضه/ا للتحديات الأخلاقية في العمل.

الفرضيات الفرعية:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير شدة التحديات الأخلاقية تعزى إلى نوع المؤسسة الإعلامية (حكومية أو خاصة)، حيث تُقدّر شدة هذه التحديات أعلى لدى العاملين/العاملات في المؤسسات الإعلامية الخاصة.
2. يُعد "السباق وراء السرعة على حساب الدقة" أكثر التحديات الأخلاقية انتشاراً بين الإعلاميين والإعلاميات الليبيين في البيئة الرقمية.
3. يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية بين تصور الإعلاميين/الإعلاميات لغياب التشريعات الرقمية الواضحة وارتفاع مستوى تقديرهم لانتشار الممارسات غير الأخلاقية في المشهد الإعلامي الليبي.
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير شدة التحديات الأخلاقية تعزى إلى متغير (سنوات الخبرة).

الدراسات السابقة:

1. دراسة علال (2019): "الأخلاقيات المهنية في زمن الإعلام الجديد"[1]

تعد دراسة علال (2019) التي حملت عنوان "الأخلاقيات المهنية في زمن الإعلام الجديد" واحدة من الدراسات العربية الرائدة التي حاولت رصد الإشكاليات الأخلاقية الناجمة عن التحول الرقمي في مجال الإعلام. انطلقت الدراسة من إشكالية أساسية تمثلت في التناقض بين السرعة المتسارعة لتطور التطبيقات الإعلامية الجديدة وبين بطء التشريعات ومواثيق الشرف في مواكبة هذه المستجدات، مما خلق فجوة أخلاقية كبيرة في الممارسة الصحفية. وهدفت الدراسة إلى تحليل الضوابط الأخلاقية المطلوبة في بيئة الإعلام الجديد، ومقارنة النماذج الدولية والعربية في تنظيم استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي. اعتمدت الباحثة على المنهج التحليلي الوثائقي من خلال دراسة نماذج من إرشادات كل من "BBC" و"الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار" و"وكالة فرانس برس" ومقارنتها مع التجربة العربية المتمثلة في "شبكة الجزيرة". وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: ضرورة تطبيق المبادئ الأخلاقية التقليدية في الفضاء الإلكتروني، وأهمية الشفافية والمسؤولية الفردية للصحفي حتى في حسابه الشخصي، كما كشفت عن ضعف التنظيم الأخلاقي في التجربة الجزائرية مقارنة بالتجارب الدولية.

2. دراسة العبدالله (2021): "التحديات الأخلاقية لصحافة الشبكات الاجتماعية في العالم العربي"[2]

قدمت دراسة العبدالله (2021) بعنوان "التحديات الأخلاقية لصحافة الشبكات الاجتماعية في العالم العربي" رصداً ميدانياً واسعاً للمشكلات الأخلاقية التي يعاني منها الصحفيون العرب في بيئة العمل الرقمية. وقد تمحورت مشكلة الدراسة حول الانتشار الواسع للممارسات غير الأخلاقية في الصحافة الرقمية العربية، مثل نشر الأخبار الزائفة والانحياز وعدم احترام الخصوصية. وهدفت الدراسة إلى تحديد أبرز هذه التحديات الأخلاقية وتحليل العوامل المؤثرة فيها، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو تقنية. واعتمدت على منهج المسح الإلكتروني من خلال توزيع استبيان على عينة من الصحفيين العرب العاملين في مختلف الدول العربية. وأظهرت النتائج أن أبرز التحديات الأخلاقية هي "السباق وراء السرعة على حساب الدقة والتحقق"، يليه تحدي "الضغوط السياسية والمالية" التي تؤثر على الحيادية، كما أشارت النتائج إلى ضعف تأثير مدونات السلوك المهني في الحد من هذه الممارسات في الظروف الراهنة.

3. دراسة عيسى (2020): "أخلاقيات النشر الإعلامي في شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات في فلسطين"[3]

في سياق متصل ببيئات الأزمات، قدمت دراسة عيسى (2020) بعنوان "أخلاقيات النشر الإعلامي في شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات في فلسطين" تحليلاً معمقاً للتحديات الأخلاقية في ظل الظروف الاستثنائية. حيث تناولت مشكلة الفوضى الأخلاقية في النشر الإعلامي عبر منصات التواصل

---

[1] - علال، حنان. (2019). أخلاقيات المهنية في زمن الإعلام الجديد. مجلة المعيار، الجزائر، 45(23)، 829-846

[2] - العبدالله، ياسر. (2021). التحديات الأخلاقية لصحافة الشبكات الاجتماعية في العالم العربي: دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية، القاهرة، (65)، 112-145

[3] - عيسى، طلعت. (2020). أخلاقيات النشر الإعلامي في شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات في فلسطين. المجلة الدولية للأعمال والعلوم الاجتماعية، الولايات المتحدة، 7(3)، 101-116

خلال الأزمات في فلسطين، وآثار ذلك على الاستقرار المجتمعي ونشر الشائعات. وهدفت الدراسة إلى الكشف عن أهم الضوابط والأخلاقيات الواجب مراعاتها أثناء النشر في فترات التصعيد من وجهة نظر الخبراء والمتخصصين. ولتحقيق ذلك، استخدم الباحث المنهج الوصفي وأجرى مقابلات معمقة مع عينة قصدية مكونة من 32 خبيراً وناشطاً إعلامياً فلسطينياً. ومن أبرز ما توصلت إليه الدراسة: تأكيد الخبراء على وجود فوضى حقيقية في النشر وغياب شبه تام للرقابة الذاتية بين النشطاء، مع الإجماع على الأهمية البالغة لوضع ضوابط أخلاقية كالتثبت من المعلومات، وعدم التسرع في النشر، وذكر المصدر بشكل واضح، والابتعاد عن التشويه والتحريض. كما أوصت الدراسة بضرورة تعزيز الروح الوطنية والمسؤولية الاجتماعية لدى القائمين بالنشر.

4. دراسة حراز وونص (2021): "الضوابط الأخلاقية للإعلام الرقمي وعلاقتها بالمنظومة القيمية: دراسة كيفية"[1]

أما دراسة حراز وونص (2021) الموسومة بـ "الضوابط الأخلاقية للإعلام الرقمي وعلاقتها بالمنظومة القيمية: دراسة كيفية"، فقد اتخذت منحى تحليلياً أعمق لاستكشاف التداعيات القيمية للتحول الرقمي. حيث انطلقت من مشكلة الدور السلبي الذي يلعبه الإعلام الرقمي في إرباك المنظومة القيمية للمجتمع بسبب غياب الضوابط الأخلاقية الفعالة. وسعت الدراسة إلى التعرف على القواعد الأخلاقية المنظمة للإعلام الرقمي وتحليل مدى ملاءمتها للمنظومة القيمية السائدة. واعتمدت الباحثتان على المنهج الكيفي من خلال التحليل النظري والمقارنة بين الأطر الأخلاقية التقليدية ومتطلبات البيئة الرقمية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج جوهرية، أبرزها: صعوبة تطبيق المعايير الأخلاقية التقليدية بحذافيرها في البيئة الرقمية التفاعلية، وتأثير الإعلام الرقمي على القيم المجتمعية عبر ثلاث مستويات: العاطفي والمعرفي والسلوكي، كما أشارت إلى الحاجة الماسة لوضع مدونات سلوك رقمية تراعي الخصوصية وتكافح التضليل وتحافظ على الهوية الثقافية.

تشكل هذه الدراسات مجتمعة الإطار النظري والميداني الذي يرتكز عليه البحث الحالي. كما يتميز هذا البحث في تركيزه الميداني المباشر على الإعلاميين الليبيين أنفسهم، وسعيه لتحليل التحديات الأخلاقية في ظل الظروف الليبية الاستثنائية (الانقسام السياسي، غياب التشريعات، تداخل العوامل القبلية والإقليمية).

أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

أوجه الاتفاق:

1. تتقاطع الدراسة الحالية مع دراسة العبدالله (2021) ودراسة عيسى (2020) في اعتماد المنهج الوصفي التحليلي واستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات من الممارسين الإعلاميين.
2. اتفقت النتائج مع معظم الدراسات السابقة – مثل دراسة علال (2019) ودراسة حراز وونص (2021) – في تشخيص أبرز التحديات الأخلاقية، خاصة "السرعة على حساب الدقة" و"انتشار الشائعات"، وأيضاً في إبراز دور غياب التشريعات كعامل رئيسي يفاقم هذه التحديات.

3. أشارت الدراسة الحالية – كما أشارت دراسة عيسى (2020) – إلى التأثير السلبي للممارسات غير الأخلاقية على الاستقرار المجتمعي والتماسك الاجتماعي، خاصة في بيئات الأزمات.

أوجه الاختلاف:

1. تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة – مثل دراسة العبدالله (2021) التي تناولت العالم العربي عموماً، ودراسة عيسى (2020) التي ركزت على فلسطين – بتركيزها على الحالة الليبية بظروفها الاستثنائية (الانقسام السياسي، التداخل القبلي والإقليمي).
2. بينما ركزت دراسة علال (2019) على المقارنة بين النماذج الدولية والعربية في مدونات السلوك، تقدم الدراسة الحالية تحليلاً أعمق للفراغ التشريعي المحلي في ليبيا وتقترح إطاراً تشريعياً يراعي الخصوصية الليبية.

[1] - حراز، سارة.، و ونص، هدير. (2021). الضوابط الأخلاقية للإعلام الرقمي وعلاقتها بالمنظومة القيمية. مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، الجزائر، 4(3)، 83-104

3. تميزت هذه الدراسة بربط مباشر ومفصّل بين التحديات الأخلاقية في الإعلام الرقمي وبين مؤشرات الاستقرار المجتمعي، وهو ما لم يكن مطروحاً بنفس الوضوح في بعض الدراسات السابقة التي ركزت أكثر على الجوانب المهنية والقيمية.

يمكن القول إن هذه الدراسة تتفق مع الإطار العام للدراسات السابقة من حيث تشخيص التحديات الأخلاقية للإعلام الرقمي وأهمية التشريعات والأطر المهنية، إلا أنها تختلف في تركيزها على الحالة الليبية كدراسة حالة، وفي الربط الواضح بين الأخلاقيات الإعلامية والاستقرار المجتمعي كهدف استراتيجي للتنمية.

تعريف المصطلحات الواردة في البحث:

1. الإعلام الرقمي:

التعريف اللغوي:

يشتق مصطلح "الإعلام" من الفعل "أَعْلَمَ" بمعنى أبلغ وأخبر، وهو إفادة الخبر على وجه العموم. أما "الرقمي" فمن "رقْم" وهو العدد، ويُقصد به التحويل إلى صيغة رقمية (أصفار وواحدات) قابلة للمعالجة الإلكترونية[1].

التعريف الاصطلاحي:

يقصد به كل وسائل الاتصال الجماهيري التي تستخدم التقنيات الرقمية في إنتاج المحتوى وتوزيعه واستهلاكه، بما في ذلك المنصات الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية والتطبيقات الذكية، والتي تتميز بالتفاعلية والفورية وتخطي حواجز الزمان والمكان[2].

2. التحديات الأخلاقية:

التعريف اللغوي:

"التحدي" من الفعل "حَدَا" بمعنى استفز وتعارض، وجمعها "تحديات". و"الأخلاق" من "خُلُق" وهو السجية والطبع، وهي المبادئ والقيم التي تحدد السلوك الإنساني[3].

التعريف الاصطلاحي:

تشير إلى الصعوبات والمشكلات التي تواجه الإعلاميين نتيجة للتعارض بين الممارسات المهنية اليومية في البيئة الرقمية وبين المبادئ الأخلاقية والمهنية المتعارف عليها، مثل الصدق والموضوعية واحترام الخصوصية[4].

3. أخلاقيات المهنة:

التعريف اللغوي:

"الأخلاقيات" مصدر صناعي من "أخلاق"، و"المهنة" من "حَنَّ" بمعنى العمل والحرفة التي يتخذها الإنسان لكسب عيشه[5].

التعريف الاصطلاحي:

مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم السلوك المهني للإعلاميين وتوجه ممارساتهم في جمع المعلومات ونشرها والتعليق عليها، بهدف ضمان المصداقية والمسؤولية الاجتماعية[6].

الإطار النظري للبحث:

يشهد العصر الرقمي تحولاً جذرياً في طبيعة العمل الإعلامي وممارساته، حيث أدى الانتشار الواسع للمنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي إلى إعادة صياغة المشهد الإعلامي بشكل كامل. وقد جاء هذا التحول مصحوباً بمجموعة معقدة من التحديات الأخلاقية التي تواجه العاملين في الحقل الإعلامي، خاصة في البيئات التي تعاني من عدم الاستقرار السياسي والاجتماعي. وتكمن أهمية هذا الإطار النظري

---

[1] - علال، حنان (2018). أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد. مجلة المعيار، الجزائر (1)، 132

[2] - الشامي، أحمد (2017). *الإعلام الرقمي: المفاهيم والتطبيقات*. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ص 45.

[3] - فوكولتي، رحيم علي (2014). أخلاقيات الإعلام الجديد: دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في المواقع الإلكترونية العراقية. مجلة آداب الفراهيدي، العراق (18)، 608-647.

[4] - العبدالله، ياسر (2021). "التحديات الأخلاقية لصحافة الشبكات الاجتماعية في العالم العربي". مجلة البحوث الإعلامية، القاهرة، العدد 65، ص 118.

[5] - مشاقبة، يسام عبد الرحمن (2012). أخلاقيات العمل الإعلامي. دار أسامة للنشر والتوزيع. الجزائر، ص47

[6] - بخيت، السيد (2011). أخلاقيات العمل الإعلامي. دار الكاتب الجامعي، الإمارات. ص35

في تقديم رؤية شاملة لمختلف الأبعاد المرتبطة بالتحديات الأخلاقية للإعلام الرقمي، مع التركيز بشكل خاص على الحالة الليبية التي تمثل نموذجاً فريداً للتداخل بين العوامل التكنولوجية والسياسية والاجتماعية.

الإعلام الرقمي ـ المفهوم والخصائص والتحولات:

يشكل الإعلام الرقمي نقلة نوعية في تاريخ تطور وسائل الاتصال، حيث يعرف بأنه منظومة اتصالية متكاملة تعتمد على التقنيات الرقمية في إنتاج المحتوى وتوزيعه وتخزينه. وقد تعددت التسميات المرتبطة بهذا المفهوم، فمنهم من أطلق عليه "الإعلام الجديد" أو "الإعلام التفاعلي" أو "إعلام الشبكات"، إلا أن جميع هذه التسميات تشير إلى حقيقة واحدة وهي اندماج ثلاث مكونات أساسية: الحاسوب، الشبكات، والوسائط المتعددة.

ويتميز الإعلام الرقمي بمجموعة من الخصائص التي جعلته يختلف جوهرياً عن الإعلام التقليدي، حيث تتجلى هذه الخصائص في الفورية التي تتيح نقل الأحداث لحظة بلحظة، والتفاعلية التي تمكن المتلقي من التحول من مستهلك سلبي إلى مشارك فعال في صناعة المحتوى، بالإضافة إلى تخطي الحواجز الجغرافية والزمنية مما جعل العالم يشكل فضاءً اتصالياً موحداً. وقد أدت هذه الخصائص إلى تغير جذري في طبيعة العمل الإعلامي، حيث لم يعد الإعلامي مجرد ناقل للأخبار بل أصبح مضطراً للتعامل مع تدفق هائل من المعلومات وتعدد في المصادر وتسارع في وتيرة النشر[1].

الأخلاقيات الإعلامية بين الثوابت والمتغيرات:

تشكل أخلاقيات المهنة الإعلامية الإطار القيمي الذي ينظم عمل الإعلاميين ويوجه ممارساتهم المهنية، وقد عرفت هذه الأخلاقيات تطوراً تاريخياً طويلاً منذ البدايات الأولى في السويد عام 1916 وانتقال الفكرة إلى فرنسا عام 1918. وتعرف أخلاقيات المهنة الإعلامية بأنها مجموعة المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة، والتي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها، وفي طرحهم لآرائهم، وفي قيامهم بوظائف الصحافة المختلفة.

وتنقسم هذه الأخلاقيات إلى أخلاقيات جمع المادة الصحفية وأخلاقيات كتابتها، ويعبر عن هذه الأخلاقيات وإلزام الصحفيين بها عبر مواثيق الشرف الإعلامي. وقد شهدت هذه المواثيق تطوراً ملحوظاً لمواكبة المستجدات التي أفرزها الإعلام الرقمي، حيث أضيفت لها بنود جديدة تنظم عمل الصحفيين في الفضاء الإلكتروني. وتعد هذه المواثيق بمثابة تنظيم ذاتي للعاملين في المهنة، وهي تختلف عن القوانين التي يضعها البرلمان ويمكن أن تطبق على بعض القضايا والممارسات الصحفية عن طريق المحاكم والقضاء[2].

التحديات الأخلاقية في البيئة الرقمية ـ الأبعاد والأنماط:

تمثل التحديات الأخلاقية في البيئة الرقمية إشكالية معقدة متعددة الأبعاد، حيث تشير إلى جملة الصعوبات والمشكلات التي تواجه الإعلاميين نتيجة للتعارض بين الممارسات المهنية اليومية في البيئة الرقمية وبين المبادئ الأخلاقية والمهنية المتعارف عليها. وقد تعددت أنماط هذه التحديات وتشعبت مجالاتها، حيث يمكن رصد أبرزها في التحدي المرتبط بالسباق وراء السرعة على حساب الدقة والتحقق، مما يؤدي إلى ضعف في التثبت من صحة المعلومات ونشر الأخبار الزائفة.

ويأتي تحدي انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة في صدارة هذه التحديات، خاصة في ظل سهولة النشر وتعدد المصادر وغياب آليات الرقابة الفعالة. كما يشكل انتهاك الخصوصية تحدياً أخلاقياً بارزاً، حيث أدت سهولة الوصول إلى المعلومات الشخصية ونشرها إلى تجاوزات أخلاقية عديدة. ولا يمكن إغفال تحدي خطاب الكراهية والتحريض الذي ينتشر في الفضاء الرقمي، حيث يسهم بعض الإعلاميين في تأجيج الصراعات والانقسامات المجتمعية.

ويضاف إلى هذه التحديات، التحدي المتمثل في الضغوط السياسية والمالية التي تؤثر على استقلالية الإعلامي وحياديته، حيث أصبحت العديد من الوسائل الإعلامية أداة في الصراعات السياسية. كما برز تحدي الانتحال العلمي والسرقة الأدبية نتيجة لسهولة النسخ واللصق في البيئة الرقمية[3].

---

[1] - كموش، مراد (2016). الإعلام الجديد في البيئة الرقمية. أعمال المؤتمر الحادي عشر: التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، مركز جيل البحث العلمي. الجزائر. ص 174

[2] - صدقة، جورج (2009). الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع. مؤسسة مهارات، بيروت. ص 39

[3] - **الدليمي، عبد الرازق** (2019). *أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين*. دار البازوري العلمية، عمان، ص98.

الإطار المفاهيمي للاستقرار المجتمعي وأبعاده:

يمثل الاستقرار المجتمعي حالة من التوازن والانسجام الاجتماعي التي تمكن المجتمع من تحقيق أهدافه التنموية والحفاظ على تماسكه، ويعرف بأنه الحالة التي يتم فيها حفظ الحقوق والأمن وتقل فيها نسبة التوترات والصراعات، مما يمكن المؤسسات من أداء وظائفها بكفاءة. ويتضمن الاستقرار المجتمعي أبعاداً متعددة، تشمل الاستقرار السياسي والأمني والاقتصادي والاجتماعي، وهي أبعاد مترابطة يؤثر كل منها في الآخر.

ويلعب الإعلام دوراً محورياً في تحقيق هذا الاستقرار أو زعزعته، حيث يمكن أن يسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي من خلال نشر المعلومات الدقيقة وبناء الثقة المجتمعية وتعزيز قيم التسامح والتعايش. وفي المقابل، يمكن أن يصبح الإعلام عاملاً من عوامل زعزعة الاستقرار عندما يتحول إلى أداة لنشر الشائعات وخطاب الكراهية والتضليل الإعلامي.

ويتجلى دور الإعلام في تحقيق الاستقرار المجتمعي من خلال عدة محاور، أهمها نشر الثقافة الديمقراطية وقيم الحوار وتقبل الآخر، ومواجهة الأفكار المتطرفة، والإسهام في حل النزاعات، وتعزيز الانتماء الوطني. كما يسهم الإعلام في تحقيق الاستقرار من خلال دعم عملية التنمية المستدامة ونشر الوعي بالقضايا المجتمعية[1].

العلاقة بين التحديات الأخلاقية للإعلام الرقمي والاستقرار المجتمعي:

تشكل العلاقة بين التحديات الأخلاقية للإعلام الرقمي والاستقرار المجتمعي علاقة تبادلية متعددة المستويات، حيث تؤثر الممارسات الإعلامية غير الأخلاقية سلباً على استقرار المجتمعات وتوازنها. وتكمن خطورة هذه العلاقة في أن الإعلام الرقمي أصبح يشكل مصدراً رئيسياً للمعلومات لدى شرائح واسعة من المجتمع، مما يجعله أداة فاعلة في تشكيل الرأي العام وتوجيهه.

ويمكن رصد مظاهر هذه العلاقة من خلال تأثير الشائعات والأخبار الكاذبة على الأمن المجتمعي، حيث تؤدي هذه الشائعات إلى نشر الذعر والقلق بين أفراد المجتمع وزعزعة الثقة بينهم. كما يتجلى تأثير التحديات الأخلاقية على الاستقرار المجتمعي من خلال خطاب الكراهية والتحريض الذي ينتشر في المنصات الرقمية، حيث يسهم هذا الخطاب في تأجيج الصراعات وتعميق الانقسامات المجتمعية.

ويضاف إلى ذلك تأثير انتهاكات الخصوصية على تماسك النسيج الاجتماعي، حيث تؤدي هذه الانتهاكات إلى إضعاف الثقة بين أفراد المجتمع. كما أن الممارسات غير الأخلاقية في الإعلام الرقمي تسهم في إضعاف مصداقية المؤسسات الإعلامية وتقويض دورها كمراقب ومرشد مجتمعي[2].

يتضح من خلال هذا العرض أن التحول الرقمي أحدث تغيراً جذرياً في طبيعة العمل الإعلامي، مما استدعى إعادة نظر في الأطر الأخلاقية المنظمة لهذه المهنة.

وتمثل الحالة الليبية نموذجاً حياً لتداخل العوامل التكنولوجية مع العوامل السياسية والاجتماعية في تشكيل التحديات الأخلاقية للإعلام الرقمي. حيث تفاقمت هذه التحديات نتيجة للظروف الاستثنائية التي تمر بها ليبيا، من انقسام سياسي وغياب للاستقرار الأمني وفراغ تشريعي.

ويؤكد هذا الإطار النظري على الحاجة الماسة لتطوير أطر أخلاقية جديدة تواكب متطلبات العصر الرقمي، وتحافظ في نفس الوقت على الثوابت الأخلاقية للمهنة الإعلامية. كما يبرز أهمية تعزيز الوعي الأخلاقي لدى العاملين في الحقل الإعلامي، وتطوير آليات رقابية فعالة للحد من الممارسات غير الأخلاقية.

مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من الإعلاميين والإعلاميات العاملين في المؤسسات الإعلامية الليبية، سواء في الوسائل التقليدية (صحف، إذاعات، قنوات تلفزيونية) أو الرقمية (منصات إلكترونية، مواقع إخبارية، حسابات إعلامية على وسائل التواصل الاجتماعي)، والمزاولين للمهنة في ليبيا خلال العام 2025.

عينة البحث:

[1] - الرفاعي، محمد (2011). دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل القيم الأسرية. مجلة جامعة دمشق، سوريا 27(1)، ص 691.

[2] - بن عمار، شهرزاد (2019). أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة. أطروحة دكتوراه، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، ص97.

نظراً لصعوبة الوصول لجميع أفراد المجتمع، تم تحديد حجم العينة بـ 100 مبحوث، وهو حجم يضمن تحقيق تمثيل مناسب. وتم جمع البيانات الأولية عبر استبيان مصمم لهذا الغرض، وُزع على عينة قصدية من الإعلاميين الليبيين العاملين في المؤسسات الإعلامية المختلفة. حيث بلغ عدد الاستبيانات الموزعة (100) استبيان، تم استرداد (88) استبيان صالح للتحليل، مما يمثل نسبة استجابة بلغت (88%)، وشكلت العينة النهائية للبحث.

عرض وتحليل البيانات:

1- الجنس:

جدول (1): توزيع عينة البحث حسب الجنس

ر.م	الجنس	التكرار	النسبة المئوية
1	ذكر	53	%60.23
2	أنثى	35	%39.77
المجموع		88	%100.00

كشف التحليل الديموغرافي للعينة عن تمثيل متوازن بين الجنسين حيث بلغت نسبة الذكور 60.23% مقابل 39.77% للإناث، مما يعكس الواقع المهني في الحقل الإعلامي الليبي.

2- الفئة العمرية:

جدول (2): توزيع عينة البحث حسب الفئة العمرية

ر.م	الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
1	أقل من 25 سنة	12	%13.64
2	من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة	38	%43.18
3	من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة	28	%31.82
4	من 45 سنة فأكبر	10	%11.36
المجموع		88	%100.00

خلال التوزيع العمري، تجلى تركيز العينة في فئة الشباب (25-35 سنة) بنسبة 43.18%، يليها فئة منتصف العمر (36-45 سنة) بنسبة 31.82%، وهو ما يتوافق مع طبيعة العمل الإعلامي الذي يتطلب قدراً من المرونة والتفاعل مع التقنيات الحديثة.

3- المؤهل العلمي:

جدول (3): توزيع عينة البحث حسب المؤهل العلمي

ر.م	المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
1	ثانوية عامة	8	%9.09
2	دبلوم	15	%17.05

ر.م	المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
3	بكالوريوس	48	%54.55
4	ماجستير	14	%15.91
5	دكتوراه	3	%3.41
المجموع		88	%100.00

أما من الناحية التعليمية، فقد سيطر حاملو البكالوريوس على العينة بنسبة 54.55%، مما يشير إلى تأهيل أكاديمي مناسب لدى غالبية المبحوثين.

4- سنوات الخبرة:

جدول (4): توزيع عينة البحث حسب سنوات الخبرة

ر.م	سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
1	أقل من 5 سنوات	26	%29.55
2	من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	36	%40.91
3	من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة	18	%20.45
4	من 15 سنة فأكثر	8	%9.09
المجموع		88	%100.00

من حيث الخبرة المهنية، أظهرت النتائج أن 40.91% من العينة يمتلكون خبرة تتراوح بين 5-10 سنوات، وهي فترة كافية لاكتساب الخبرة مع الاحتفاظ بالمعاصرة التقنية.

5- نوع المؤسسة الإعلامية:

جدول (5): توزيع عينة البحث حسب نوع المؤسسة الإعلامية

ر.م	نوع المؤسسة	التكرار	النسبة المئوية
1	حكومية	35	%39.77
2	خاصة	40	%45.46
3	عمل حر	13	%14.77
المجموع		88	%100.00

وفيما يتعلق بنوع المؤسسة، جاءت المؤسسات الخاصة في المقدمة بنسبة 45.46%، تليها الحكومية بنسبة 39.77%، مما يعكس التحول في المشهد الإعلامي الليبي نحو القطاع الخاص في السنوات الأخيرة.

القسم الثاني: مواجهة التحديات الأخلاقية في البيئة الرقمية:

الجدول (6): درجة مواجهة التحديات الأخلاقية في الإعلام الرقمي

التحدي الأخلاقي	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	الفئة الأكثر تكراراً
انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة	4.2	0.8	غالباً (64.8%)
السرعة على حساب الدقة والتحقق	4.1	0.9	غالباً (61.4%)
الضغوط السياسية والمالية	3.9	1.1	بشكل متوسط (52.3%)
خطاب الكراهية والتحريض	3.7	1.0	بشكل متوسط (48.9%)
التضليل الإعلامي	3.5	1.2	بشكل متوسط (45.5%)
انتهاك الخصوصية	3.3	1.3	أحياناً (43.2%)
الانتحال والسرقة الأدبية	2.9	1.4	أحياناً (38.6%)
انتهاك حقوق الملكية الفكرية	2.7	1.5	أحياناً (36.4%)

***مقياس ليكرت الخماسي: 1 = نادراً، 2 = أحياناً، 3 = بشكل متوسط، 4 = غالباً، 5 = دائماً**

أسفر تحليل درجة مواجهة التحديات الأخلاقية عن نتائج لافتة، حيث تصدرت مشكلة "انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة" القائمة بمتوسط حسابي بلغ 4.2 وانحراف معياري 0.8، مما يشير إلى إجماع كبير بين المبحوثين على شيوع هذه الظاهرة وانتظام حدوثها. وجاء في المرتبة الثانية تحدي "السرعة على حساب الدقة والتحقق" بمتوسط 4.1، وهو ما يعكس ضغوط البيئة الرقمية السريعة وتأثيرها على الجودة المهنية. كما أظهرت النتائج أن الضغوط السياسية والمالية تحتل موقعاً متقدماً بمتوسط 3.9، مما يؤكد تأثير العوامل الخارجية على الممارسة الإعلامية. ومن الملاحظ أن قيم الانحراف المعياري تراوحت بين 0.8 و1.5، مما يدل على وجود تباين في آراء المبحوثين، حيث كان أقل تباين حول مشكلة الشائعات وأعلى تباين حول قضايا الملكية الفكرية، وهو ما يعكس اختلاف درجة الوعي والحساسية تجاه هذه القضايا بين الإعلاميين.

القسم الثالث: العوامل المؤثرة في التحديات الأخلاقية:

الجدول (7): مدى تأثير العوامل في تفاقم التحديات الأخلاقية

العامل المؤثر	متوسط التأثير*	التكرار (كبير + كبير جداً)	النسبة المئوية
غياب التشريعات الرقمية	4.4	72	%81.82
الضغوط السياسية	4.2	68	%77.27
التنافس على السبق الإخباري	4.0	65	%73.86
العوامل الاقتصادية والتمويل	3.9	62	%70.45
ضعف الرقابة الذاتية	3.7	58	%65.91
التطور التكنولوجي السريع	3.5	52	%59.09

العامل المؤثر	متوسط التأثير*	التكرار (كبير + كبير جداً)	النسبة المئوية
العوامل الاجتماعية والثقافية	3.2	45	%51.14

***مقياس ليكرت الخماسي: 1 = ضعيف جداً، 2 = ضعيف، 3 = متوسط، 4 = كبير، 5 = كبير جدا**

كشف تحليل العوامل المؤثرة في تفاقم التحديات الأخلاقية عن هيمنة واضحة لعامل "غياب التشريعات الرقمية" الذي حصل على أعلى متوسط تأثير (4.4) مع نسبة تأثير مرتفعة بلغت 81.82%، مما يؤشر إلى فجوة تشريعية حادة في تنظيم العمل الإعلامي الرقمي. وجاءت "الضغوط السياسية" في المرتبة الثانية بمتوسط 4.2 ونسبة 77.27%، وهو ما يتوافق مع طبيعة المرحلة الانتقالية التي تمر بها ليبيا وتأثيرها على استقلالية الإعلام. كما أظهرت النتائج أن عامل "التنافس على السبق الإخباري" يحظى بتأثير كبير (73.86%)، مما يعكس تحول العمل الإعلامي إلى سوق تنافسي شديد التأثر بعامل السرعة. ومن الملفت أن العوامل الاقتصادية حصلت على نسبة 70.45%، مما يدل على تأثير التمويل والإعلان على التوجهات التحريرية. وتجدر الإشارة إلى أن العوامل الاجتماعية والثقافية حصلت على أدنى نسبة (51.14%)، مما قد يشير إلى أن العوامل الهيكلية والسياسية تطغى على العوامل المجتمعية في التأثير على الأداء الأخلاقي.

القسم الرابع: تأثير التحديات الأخلاقية على المصداقية والثقة:

الجدول (8): تأثير التحديات الأخلاقية على المصداقية الإعلامية

التحدي الأخلاقي	متوسط التأثير*	ترتيب التأثير	الفئة الأكثر تضرراً
انتشار الشائعات	4.5	1	المصداقية العامة (84.11%)
التضليل الإعلامي	4.3	2	مصداقية الخبر (79.25%)
السرعة على حساب الدقة	4.2	3	دقة المعلومة (76.31%)
خطاب الكراهية	4.0	4	السمعة المهنية (72.17%)
انتهاك الخصوصية	3.6	5	الثقة الشخصية (65.29%)

***مقياس ليكرت الخماسي: 1 = ضعيف جداً، 2 = ضعيف، 3 = متوسط، 4 = كبير، 5 = كبير جدا**

أظهر تحليل تأثير التحديات الأخلاقية على المصداقية الإعلامية وجود علاقة طردية قوية بين انتشار الممارسات غير الأخلاقية وتآكل المصداقية، حيث تصدرت "انتشار الشائعات" قائمة المؤثرات بمتوسط 4.5 ونسبة تأثير 84.11%، مما يؤكد الحساسية الشديدة لمسألة المصداقية تجاه الأخبار الكاذبة. وجاء "التضليل الإعلامي" في المرتبة الثانية بمتوسط 4.3 وتأثير 79.25%، وهو ما يعكس عمق الأزمة الثقة بين وسائل الإعلام والجمهور. كما احتل تحدي "السرعة على حساب الدقة" موقعاً متقدماً بمتوسط 4.2، مما يبرز المفاضلة الصعبة بين متطلبات السرعة وضرورات الدقة في العمل الإعلامي المعاصر. ومن اللافت أن "خطاب الكراهية" أثر على السمعة المهنية بنسبة 72.17%، مما يدل على التداعيات السلبية لهذا الخطاب على مكانة الإعلامي المهنية. وتجدر الإشارة إلى أن قيم المتوسطات جميعها تجاوزت 3.5، مما يشير إلى حدة التأثير الإجمالي للتحديات الأخلاقية على المصداقية بمختلف أبعادها.

القسم الخامس: تأثير الممارسات الإعلامية على الاستقرار المجتمعي:

الجدول (9): تأثير الممارسات الإعلامية على الاستقرار المجتمعي

الممارسة الإعلامية	متوسط التأثير*	التكرار (كبير + كبير جداً)	النسبة المئوية
نشر الشائعات	4.6	78	%88.64
خطاب الكراهية	4.4	74	%84.09
التضليل الإعلامي	4.3	72	%81.82
الدعاية السياسية المتحيزة	4.1	69	%78.41
انتهاك الخصوصية	3.8	62	%70.45

***مقياس ليكرت الخماسي: 1 = ضعيف جداً، 2 = ضعيف، 3 = متوسط، 4 = كبير، 5 = كبير جدا**

أسفر تحليل تأثير الممارسات الإعلامية على الاستقرار المجتمعي عن نتائج بالغة الأهمية، حيث تصدر "نشر الشائعات" قائمة المؤثرات السلبية بمتوسط مرتفع بلغ 4.6 ونسبة تأثير 88.64%، مما يعكس الدور الخطير لهذه الممارسة في زعزعة الاستقرار المجتمعي. وجاء "خطاب الكراهية" في المرتبة الثانية بمتوسط 4.4 وتأثير 84.09%، وهو ما يتوافق مع طبيعة المجتمعات المنقسمة التي تتفاعل فيها الخطابات التحريضية سلباً مع الوضع الاجتماعي. كما أظهرت النتائج أن "التضليل الإعلامي" يحظى بتأثير كبير (81.82%)، مما يؤكد دور الإعلام كأداة للتأثير في الرأي العام والتماسك الاجتماعي. ومن الملاحظ أن "الدعاية السياسية المتحيزة" حصلت على نسبة 78.41%، وهو ما يعكس تداخل العامل السياسي مع الاجتماعي في التأثير على الاستقرار. وتجدر الإشارة إلى أن جميع المتوسطات تجاوزت 3.8، مما يدل على الإدراك الجماعي لدى المبحوثين لخطورة الممارسات الإعلامية غير المسؤولة على الاستقرار المجتمعي.

القسم السادس: الحلول والآليات المقترحة:

الجدول (10): فعالية الآليات المقترحة لتعزيز الأخلاقيات الإعلامية

الآلية المقترحة	متوسط الفعالية*	التكرار (فعالة + فعالة جداً)	النسبة المئوية
وضع تشريعات رقمية واضحة	4.5	76	%86.36
تدريب الإعلاميين على الأخلاقيات	4.3	73	%82.95
تعزيز الرقابة الذاتية	4.2	70	%79.55
إنشاء هيئات رقابية مستقلة	4.1	68	%77.27
تطوير مدونات سلوك مهنية	3.9	65	%73.86
تعزيز التربية الإعلامية	3.8	62	%70.45

***مقياس ليكرت الخماسي: 1 = غير فعالة، 2 = قليلة الفعالية، 3 = متوسطة الفعالية، 4 = فعالة، 5 = فعالة جدا**

كشف تحليل فعالية الآليات المقترحة عن إجماع واضح على أولوية "وضع تشريعات رقمية واضحة" الذي حصل على أعلى متوسط فعالية (4.5) ونسبة 86.36%، مما يعبر عن حاجة ماسة لإطار قانوني ينظم العمل الإعلامي الرقمي. وجاء "تدريب الإعلاميين على الأخلاقيات" في المرتبة الثانية بمتوسط

4.3 وفعالية 82.95%، وهو ما يؤكد أهمية البعد التكويني في تعزيز الالتزام الأخلاقي. كما أظهرت النتائج أن "تعزيز الرقابة الذاتية" يحظى بفعالية مرتفعة (79.55%)، مما يشير إلى وعي المبحوثين بأهمية الضبط الداخلي قبل الخارجي. ومن اللافت أن "إنشاء هيئات رقابية مستقلة" حصل على نسبة 77.27%، وهو ما يعكس الرغبة في وجود آليات محايدة للرقابة. وتجدر الإشارة إلى أن قيم الفعالية تجاوزت 70.45% لجميع الآليات، مما يدل على شمولية الرؤية وعدم اقتصارها على حلول أحادية الجانب.

اختبار الفرضيات:

الجدول (11): تحليل التباين وفق متغير نوع المؤسسة

المتغير التابع	المؤسسة الحكومية (ن=35)	المؤسسة الخاصة (ن=40)	العمل الحر (ن=13)	قيمة ف	الدلالة
الضغوط السياسية	4.5	3.8	3.2	8.45	**0.001
الضغوط المالية	3.2	4.3	4.6	9.12	**0.000
السرعة على حساب الدقة	3.8	4.4	4.2	4.23	*0.018
حرية التعبير	3.1	4.2	4.7	10.56	**0.000

* دلالة عند مستوى 0.05

** دلالة عند مستوى 0.01

أسفر تحليل التباين عن وجود فروق دالة إحصائياً بين أنواع المؤسسات في معظم المتغيرات المدروسة، حيث سجلت المؤسسات الحكومية أعلى متوسط في "الضغوط السياسية" (4.5) مقارنة بالمؤسسات الخاصة (3.8) والعمل الحر (3.2)، مع قيمة ف دالة عند مستوى 0.001، مما يعكس طبيعة العلاقة بين الإعلام الحكومي والسلطة السياسية. وفي المقابل، سجل العاملون في العمل الحر أعلى متوسط في "الضغوط المالية" (4.6) مقارنة بنظرائهم في المؤسسات الخاصة (4.3) والحكومية (3.2)، مع دلالة إحصائية عند مستوى 0.000، وهو ما يتوافق مع طبيعة العمل الحر التي تفتقد للضمانات المالية. كما أظهرت النتائج تفوق المؤسسات الخاصة في "السرعة على حساب الدقة" (4.4) مع دلالة إحصائية عند مستوى 0.018، مما يعكس طبيعة العمل التنافسي في القطاع الخاص. ومن اللافت أن العاملين في العمل الحر سجلوا أعلى درجة في "حرية التعبير" (4.7) مع دلالة إحصائية عالية (0.000)، وهو ما يؤكد استقلاليتهم النسبية عن الضغوط المؤسسية.

الجدول (12): تحليل الارتباط بين متغيرات البحث الرئيسية

المتغيرات	1	2	3	4
1. الاعتماد على الوسائل الرقمية	1			
2. درجة التحديات الأخلاقية	**0.72	1		
3. تأثر المصداقية	**0.65	**0.81	1	
4. تأثر الاستقرار المجتمعي	**0.58	**0.76	**0.69	1
5. سنوات الخبرة	*0.32-	**0.45-	**0.38-	**0.41-

* ارتباط دال عند مستوى 0.05

** ارتباط دال عند مستوى 0.01

كشف تحليل الارتباط عن وجود شبكة معقدة من العلاقات الدالة إحصائياً بين متغيرات البحث الرئيسية، حيث سجلت أقوى علاقة ارتباطية بين "درجة التحديات الأخلاقية" و"تأثر المصداقية" بقيمة 0.81 عند مستوى دلالة 0.01، مما يؤكد الطبيعة التبادلية للتحديات الأخلاقية وأزمة المصداقية في البيئة الإعلامية الليبية. كما أظهرت النتائج علاقة قوية بين "الاعتماد على الوسائل الرقمية" و"درجة التحديات الأخلاقية" (0.72)، وهو ما يدعم الفرضية الرئيسية للبحث حول تأثير التحول الرقمي على تفاقم التحديات الأخلاقية. ومن اللافت وجود علاقة موجبة متوسطة بين "تأثر المصداقية" و"تأثر الاستقرار المجتمعي" (0.69)، مما يبرز الدور الوسيط للمصداقية في التأثير على الاستقرار المجتمعي. كما سجلت "سنوات الخبرة" علاقات سلبية دالة مع جميع المتغيرات، حيث بلغت أقوى علاقة سلبية مع "درجة التحديات الأخلاقية" (-0.45)، مما يشير إلى دور الخبرة في التخفيف من حدة التحديات الأخلاقية.

النتائج:

1- كشف البحث عن وجود هرمية واضحة في حدة التحديات الأخلاقية التي يواجهها الإعلامي الليبي في الفضاء الرقمي.

التحدي الأبرز: انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة، حيث سجل متوسطاً حسابياً مرتفعاً بلغ (4.2)، مع إجماع 64.8% من العينة على مواجهتهم لهذا التحدي غالباً أو دائماً. هذا لا يعكس فقط سهولة النشر في البيئة الرقمية، بل يُشير إلى إشكالية أعمق تتعلق بغياب آليات التصديق والتحقق المؤسسية، واستغلال الفوضى الإعلامية لنشر الأجندات السياسية والاجتماعية.

التحدي الأساسي: سباق السرعة على حساب الدقة، وجاء في المرتبة الثانية بمتوسط (4.1). يؤكد هذا النتيجة على التحول الجذري في طبيعة العمل الإعلامي، حيث أصبح "الزمن" هو العدو والمنافس الرئيسي، مما يدفع إلى التضحية بأحد أركان المهنة الأساسية وهو "التثبت"، مما يفتح الباب على مصراعيه للوقوع في الخطأ ونقل المعلومات غير الدقة.

تحديات متوسطة الحدة: مثل الضغوط السياسية والمالية (3.9) وخطاب الكراهية والتحريض (3.7)، مما يدل على تأثر البيئة الإعلامية بالانقسام السياسي والاجتماعي في ليبيا، وتحول بعض الوسائل إلى منصات للصراع بدلاً من أدوات للحوار.

تحديات أقل حدة: شملت انتهاك الخصوصية (3.3) والانتحال والسرقة الأدبية (2.9) وانتهاك حقوق الملكية الفكرية (2.7). يشير تدني متوسطات هذه التحديات إلى ضعف الوعي بأهميتها مقارنة بالتحديات الأخرى، أو ربما إلى أن ضغوط البقاء والمصداقية المباشرة تطغى على الاعتبارات القانونية والأخلاقية المتعلقة بالملكية الفكرية.

2- حدد البحث العوامل الرئيسية التي تزيد من حدة التحديات الأخلاقية، وكانت النتائج كاشفة للواقع الهيكلي الذي يعمل فيه الإعلام الليبي:

العامل الحاسم: غياب التشريعات الرقمية، حيث احتل الصدارة بمتوسط تأثير بلغ (4.4)، مع اعتبار 81.82% من المبحوثين أن تأثيره كبير أو كبير جداً. يؤكد هذا على وجود فراغ تشريعي يعمل الإعلام في ظله، مما يعني انعدام العقوبات الرادعة للمخالفين وغياب المرجعية القانونية التي تحكم الفضاء الرقمي.

الضغوط السياسية كعامل رئيسي ثانٍ (متوسط 4.2)، وهو ما يتواءم مع طبيعة المرحلة الانتقالية والانقسامية التي تعيشها ليبيا، حيث تسعى الأطراف المتصارعة إلى توظيف الإعلام لخدمة مصالحها.

العامل الاقتصادي (متوسط 3.9) برز كدافع مهم، حيث يدفع التنافس على مصادر التمويل والإعلان إلى تبني خطابات متطرفة أو التخلي عن الحياد لجذب جمهور معين أو ممولين.

ضعف الرقابة الذاتية (متوسط 3.7) يشير إلى أزمة قيم مهنية داخلية، ربما تكون نتاجاً طبيعياً لغياب التأهيل الأكاديمي المتخصص أو نتيجة لتردي الأوضاع العامة.

3- أظهر التحليل وجود علاقة سببية قوية بين الممارسات غير الأخلاقية وتردي المصداقية وزعزعة الاستقرار.

تأثير على المصداقية: خلصت النتائج إلى أن الشائعات هي العامل الأكثر تدميراً لمصداقية الإعلام (84.11%)، تليها مباشرة ممارسات التضليل الإعلامي (79.25%). وهذا يعني أن الجمهور الليبي

أصبح ينظر إلى الكثير من المحتوى الإعلامي بشك كبير، مما يفقد الوسيلة الإعلامية دورها كمرجعية موثوقة في أوقات الأزمات.

تأثير على الاستقرار المجتمعي: برهنت النتائج على الدور السلبي الخطير للإعلام غير الأخلاقي، حيث رأى 88.64% من المبحوثين أن نشر الشائعات له تأثير كبير على زعزعة الاستقرار. كما أن خطاب الكراهية (84.09%) يعمق من الانقسامات الاجتماعية والقطيعة بين مكونات المجتمع الليبي، مما يحول الإعلام من أداة للتوحيد إلى سلاح للتفرقة.

4- قدم الإعلاميون أنفسهم الحلول التي يرونها فعالة، وكانت رؤيتهم عملية وواقعية:

الحل الهيكلي: التشريع، حيث جاء وضع تشريعات رقمية واضحة في المقدمة (86.36%)، مما يعبر عن حاجة ملحة لوجود إطار قانوني ينظم الفضاء.

الحل التأسيسي: التدريب، حيث أكد 82.95% على أهمية تدريب الإعلاميين على الأخلاقيات، وهو اعتراف بأهمية البعد التربوي والتأهيلي في تعزيز المناعة الأخلاقية.

الحل الذاتي: الرقابة الداخلية، حيث أشار 79.55% إلى فعالية تعزيز الرقابة الذاتية، مما يدل على إدراكهم أن القانون وحده لا يكمن دون وجود ضمير مهني.

نتائج الفرضيات:

الفرضية الرئيسية:

"يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الإعلامي/ة على الوسائل الرقمية ودرجة تعرضه/ا للتحديات الأخلاقية في العمل."

حيث أظهر تحليل الارتباط وجود علاقة موجبة قوية جداً بلغ معاملها (0.72) وهي علاقة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01). هذا يعني أن كلما زاد اعتماد الإعلامي على المنصات الرقمية في عمله (للبحث، النشر، التفاعل)، كلما ارتفعت درجة المواجهة مع التحديات الأخلاقية. هذه النتيجة جوهرية، فهي تربط بشكل مباشر بين وسيلة العمل (الرقمية) وطبيعة المشكلات التي يواجهها (أخلاقية). يمكن تفسير ذلك من خلال:

طبيعة البيئة الرقمية: الفورية، واللا مركزية، وصعوبة الرقابة، والمنافسة الشديدة، كلها عوامل تخلق ضغوطاً أخلاقية غير مسبوقة.

تداخل الأدوار: في الإعلام الرقمي، يتحول الإعلامي أحياناً إلى "منشئ محتوى" يخضع لمعايير "الترينـد" والانتشار أكثر من خضوعه لمعايير المهنية التقليدية.

الفرضية الفرعية 1: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير شدة التحديات الأخلاقية تعزى إلى نوع المؤسسة الإعلامية (حكومية أو خاصة)"

أظهر تحليل التباين وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) وأدنى، تؤكد أن طبيعة التحديات تختلف باختلاف نوع المؤسسة:

المؤسسات الحكومية: سجلت أعلى متوسط في الضغوط السياسية (4.5). هذا متوقع، فالإعلام الحكومي تقليدياً يكون أكثر عرضة للرقابة وتوجيه السلطة الحاكمة، وهو ما يتجلى بوضوح في البيئة الليبية المنقسمة.

المؤسسات الخاصة: سجلت أعلى متوسط في السرعة على حساب الدقة (4.4) والضغوط المالية (4.3). يعكس هذا طبيعة عمل القطاع الخاص التنافسية، حيث يسعى لتحقيق الأرباح عبر جذب أكبر عدد من المتابعين، مما يدفعه للسباق وراء الأخبار السريعة والحساسة، كما أن اعتماده على التمويل التجاري يجعله أكثر عرضة للضغوط المالية.

العمل الحر: سجل أعلى متوسط في الضغوط المالية (4.6) وأعلى درجة في حرية التعبير (4.7). يوضح هذا المفارقة التي يعيشها "الإعلامي الحر"، فهو يتمتع باستقلالية أكبر (مما يفسر ارتفاع حرية التعبير)، لكنه في المقابل يفتقر إلى الضمانات المالية التي توفرها المؤسسات، مما يجعله تحت وطأة ضغوط مالية شديدة قد تدفعه أحياناً للتجاوزات الأخلاقية من أجل البقاء.

الفرضية الفرعية 2: "يُعد 'السباق وراء السرعة على حساب الدقة' أكثر التحديات الأخلاقية انتشاراً بين الإعلاميين والإعلاميات الليبيين في البيئة الرقمية."

تم رفض الفرضية فعلى الرغم من أن تحدي "السرعة على حساب الدقة" جاء مرتفعاً جداً (المرتبة الثانية، متوسط 4.1)، إلا أن تحدي "انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة" تفوق عليه (المرتبة الأولى، متوسط 4.2). هذا الانزياح في النتيجة مهم، لأنه يشير إلى أن الإشكالية ليست فقط في "كيف" ينشر الإعلامي (بسرعة أم بدقة)، بل في "ماذا" ينشر أصلاً (خبر صحيح أم زائف). يعكس هذا الانتشار الواسع للشائعات حالة من التلاعب المنظم بالمعلومات في الفضاء الليبي، تستغل فيها الأطراف المختلفة ضعف المنظومة الإعلامية لنشر روايات مغلوقة تخدم مصالحها.

الفرضية الفرعية 3: "يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية بين تصور الإعلاميين/الإعلاميات لغياب التشريعات الرقمية الواضحة وارتفاع مستوى تقديرهم لانتشار الممارسات غير الأخلاقية."

نجد أنه تم تأييد الفرضية بشكل غير مباشر وقوي. حيث جاء "غياب التشريعات الرقمية" كأقوى العوامل المؤثرة في تفاقم التحديات الأخلاقية (متوسط 4.4).

كذلك وجود علاقة ارتباطية قوية (0.81) بين "التحديات الأخلاقية" و"تأثر المصداقية" يشير إلى أن الممارسات غير الأخلاقية منتشرة وتؤثر سلباً.

الفرضية الفرعية 4: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير شدة التحديات الأخلاقية تعزى إلى متغير (سنوات الخبرة)."

تم تأييد الفرضية حيث أظهر تحليل الارتباط وجود علاقة سلبية دالة إحصائياً بين سنوات الخبرة ودرجة التحديات الأخلاقية (-0.45). كلما زادت خبرة الإعلامي، كلما انخفضت درجة تقييمه لشدة التحديات الأخلاقية التي يواجهها. يمكن تفسير ذلك بأن الخبرة تمنح الإعلامي:

- مهارات أفضل للتعامل مع ضغوط العمل والتحقق من المعلومات.
- شبكة علاقات أوسع تساعده في الحصول على معلومات دقيقة.
- حصانة أخلاقية أكبر بسبب الخبرة الطويلة في المهنة وتشرب قيمها.

أظهر هذا البحث (استناداً إلى البيانات) على وجود أزمة أخلاقية حقيقية في الإعلام الليبي الرقمي، جذورها هيكلية (غياب التشريعات، الضغوط السياسية والاقتصادية)، ومهنية (سباق السرعة، ضعف الرقابة الذاتية)، وتتجلى تداعياتها في تآكل مصداقية الإعلام وزعزعة الاستقرار المجتمعي. كما تؤكد أن البيئة الرقمية نفسها هي حاضنة لهذه التحديات، لكن حدتها تتشكل حسب السياق المؤسسي والخبرة الفردية. تشكل التوصيات التي قدمها المبحوثون أنفسهم خارطة طريق واقعية للخروج من هذه الأزمة، تبدأ بوضع إطار قانوني ناظم وتنتهي بترسيخ ضمير مهني رقابي ذاتي.

التوصيات:

في ضوء النتائج التي توصل إليها البحث، يمكن تقديم التوصيات الآتية:

أولاً: على المستوى التشريعي والمؤسسي

1. وضع تشريعات رقمية عاجلة: تطوير إطار قانوني متكامل ينظم العمل الإعلامي في الفضاء لرقمي، ويحدد الحقوق والواجبات والعقوبات الرادعة للمخالفين.

2. إنشاء هيئة رقابية مستقلة: تأسيس هيئة مستقلة للإشراف على أداء الوسائل الإعلامية وضمان التزامها بالمعايير المهنية والأخلاقية.

3. تعزيز استقلالية الوسائل الإعلامية: ضمان استقلال المؤسسات الإعلامية عن التأثيرات السياسية والمالية المباشرة لتحقيق الحيادية والموضوعية.

ثانياً: على المستوى المهني والتدريبي

4. تعزيز القدرات المهنية: تنظيم برامج تدريبية مكثفة للإعلاميين تركز على أخلاقيات المهنة ومهارات التحقق من المعلومات ومكافحة الشائعات.

5. تفعيل مدونات السلوك المهني: تطوير واعتماد مدونات سلوك مهنية تلائم البيئة الرقمية، وتُلزم الإعلاميين بالمعايير الأخلاقية في الممارسة العملية.

ثالثاً: على مستوى التوعية والمسؤولية المجتمعية

6. تعزيز التربية الإعلامية: إدراج مفاهيم التربية الإعلامية في المناهج التعليمية لتعزيز قدرة الجمهور على التحليل النقدي للمحتوى الإعلامي وتمييز المعلومات الدقيقة من الزائفة.

7. تعزيز ثقافة الحوار والتسامح: استخدام المنصات الإعلامية لنشر ثقافة التسامح ورفض خطاب الكراهية، والمساهمة في تعزيز التماسك الاجتماعي.

رابعاً: على مستوى الرقابة الذاتية والمسؤولية الفردية

8. تعزيز الرقابة الذاتية: تحفيز الإعلاميين على تطبيق مبادئ الرقابة الذاتية والالتزام بالضمير المهني كأساس لأي ممارسة إعلامية.

9. تشجيع الإبلاغ عن الممارسات غير الأخلاقية: إنشاء قنوات آمنة للإبلاغ عن الانتهاكات الأخلاقية في العمل الإعلامي.

المراجع:

أولاً: الكتب العربية

1. الدليمي، عبد الرازق. (2019). أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين. دار البازوري العلمية، عمان.
2. الشامي، أحمد. (2017). الإعلام الرقمي: المفاهيم والتطبيقات. دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية.
3. بخيت، السيد. (2011). أخلاقيات العمل الإعلامي. دار الكاتب الجامعي، الإمارات.
4. صدقة، جورج. (2009). الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع. مؤسسة مهارات، بيروت.
5. مشاقبة، يسام عبد الرحمن. (2012). أخلاقيات العمل الإعلامي. دار أسامة للنشر والتوزيع، الجزائر.

ثانياً: الدوريات العربية

1. الرفاعي، محمد. (2011). دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل القيم الأسرية. مجلة جامعة دمشق، 27(1)، سوريا.
2. العبدالله، ياسر. (2021). التحديات الأخلاقية لصحافة الشبكات الاجتماعية في العالم العربي: دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية، (65)، القاهرة.
3. علال، حنان. (2019). أخلاقيات المهنية في زمن الإعلام الجديد. مجلة المعيار، 45(23)، الجزائر.
4. عيسى، طلعت (2020). أخلاقيات النشر الإعلامي في شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات في فلسطين. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، 7(3)، الجزائر.
5. فوكولتي، رحيم علي. (2014). أخلاقيات الإعلام الجديد: دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في المواقع الإلكترونية العراقية. مجلة آداب الفراهيدي، (18)، العراق.
6. كموش، مراد. (2016). الإعلام الجديد في البيئة الرقمية. أعمال المؤتمر الحادي عشر: التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، مركز جيل البحث العلمي، الجزائر.
7. حراز، سارة. و ونص، هدير. (2021). الضوابط الأخلاقية للإعلام الرقمي وعلاقتها بالمنظومة القيمية. مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، 4(3)، الجزائر.

ثالثاً: الرسائل العلمية:

1. بن عمار، شهرزاد. (2019). أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة. [أطروحة دكتوراه غير منشورة]. جامعة عبد الحميد بن باديس، الجزائر.