

التكليف العاشر والاخير لمقرر مهارات بحثية2

د. اميرة قادو

نقد الدراسة المرجعية

إعداد : بسمة العنمي



شكر وتقدير

ومع ختام الفصل الثاني للسنة الأولى من مرحلة الدكتوراه، اود شكر الأساتذة الافاضل.. وجميع من ساهم واعاننا بعد الله، في تجاوز تحديات التعلم والبحث والنقد البناء، ومنحنا فرصة لخوض التجارب والخبرات في هذه المسيرة البحثية. واتطلع الى القادم بعزيمة وحماس مع جامعة ميداووشن.



Thank
You!

عنوان الدراسة

اخلاقيات الاعلام الرقمي بين الممارسة والتطبيق دراسة تحليلية من المستوى الثاني

د. إنجي عباس ابو العز

أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون – بكلية الاعلام
جامعة بني سويف

Chapter 10

أخلاقيات الإعلام الرقمي بين الممارسة والتطبيق دراسة تحليلية من المستوى الثاني

د. إنجي عباس أبو العز

الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام
جامعة بني سويف

مقدمة:

يشهد الفضاء الإعلامي انتشارًا متعاظمًا وغير مسبوق لتقنيات وتكنولوجيا الإعلام، حيث بدأت تتشكل أنواع جديدة من الممارسات الإعلامية في ظل البيئة الرقمية، وبات الإعلام الرقمي بمنصاته المتعددة عبر الإنترنت؛ كشبكات التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية الإخبارية، والمنصات المرئية التلفزيونية والمسموعة وغيرها، حقيقة واقعة لا غنى عنها من قبل الجمهور المستخدم والقائمين بالاتصال، كما برهن على مدى قدرته في التأثير عليهم على الصعيد الأخلاقي، والاجتماعي، والسياسي، والثقافي. فمن سمات تلك البيئة الرقمية، دخول الكثيرين فيها، سواء أكانوا متخصصين أم غير متخصصين، وظهور فئة من الفاعلين «الإعلاميين» الجدد، من المغردين، والمدونين، والصحفيين المواطنين، ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وأصبحوا محترفين في استخدام تطبيقات الإعلام الرقمي، وربما يتفوقون فيه على أهل الاختصاص الأصليين في كثير من الأحيان. كما ظهرت منصات اجتماعية حديثة يتم من خلالها الحوار، وأصبح لكل شخص في المجتمع القدرة على إنتاج محتوى وأن يرسله ويتفاعل مع الآخرين ويستقبل منهم أيضا المحتوى الخاص بهم، ويعقب ويستفسر ويعلق بكل

تمهيد

للدراسات السابقة أهمية كبيرة في الأبحاث وهذا شجع الباحثين للاهتمام بالدراسات السابقة ونقدها، ولذلك تم وضع معايير وأساليب علمية لهذا النقد.

في هذا التكليف سيتم عرض نقد الدراسة المرجعية للدراسة المختارة بعنوان:
اخلاقيات الاعلام الرقمي بين الممارسة والتطبيق
وفق المعايير التي تجيب عن كيف يتم نقد الدراسات السابقة.



أولاً: نقد الدراسات السابقة بحسب المحتوى

اعتمدت الدراسة **على مراجعة وتحليل 115 دراسة** (57 عربية، 58 أجنبية) بتوزيع أكاديمي متوازن في موضوع أخلاقيات الإعلام الرقمي

الإيجابيات:

صنّفت الدراسات إلى محاور رئيسية (القوانين، القائمون بالاتصال والجمهور، الوسيلة الإعلامية) مما يوضح خريطة بحثية دقيقة

السلبيات:

على الرغم من التنوع، اتسمت الدراسة بالوصف أكثر من التحليل النقدي العميق، فبعض الدراسات أدرجت بوصفها إحصاء كمياً بدون تحليل نقدي للمضامين.

ثانيا: نقد المنهج المستخدم في الدراسات السابقة

غالبية الدراسات اعتمدت التحليل الكيفي والقانوني

الإيجابيات:

اعتماد المناهج الكيفية والتحليل القانوني مناسب لطبيعة موضوع "الأخلاقيات" ولا يمكن إخضاعه للقياس الكمي

السلبيات:

غياب الدراسات الميدانية التطبيقية التي تقيس الواقع العملي في المؤسسات الاعلامية، مما جعل النتائج أقرب للتظير أو الوصف القانوني.

ثالثاً: نقد العينة المستخدمة في الدراسات السابقة

اعتمدت على قواعد بيانات عربية واجنبية
الإيجابيات:

تحديد الإطار الزمني (5 سنوات) يساعد على التركيز على أحدث ما كتب في الموضوع
السلبيات:

اقتصرت على الدراسات المنشورة (2018-2022) عبر قواعد بيانات متاحة
تمثيل محدود لبعض البيانات (الخليج، إفريقيا)، مما أثر على شمولية النتائج

رابعاً: نقد مصداقية المعلومات في الدراسات السابقة

الإيجابيات:

قوة في الاعتماد على قواعد بيانات دولية محكمة مثل **Wiley، Emerald، Scopus** يعزز من مصداقية الدراسات. كما أن إدراج الدوريات العربية المحكمة أضاف بعداً محلياً مهماً.

السلبيات:

بعض الدراسات العربية أقل صرامة تحكيمية، مما اثر على المصداقية. لم يتم التمييز بين الدراسات ذات الموثوقية العالية (مثلاً دراسات محكمة دولياً) والدراسات الأقل قوة مثل (مقالات رأي أو دراسات استكشافية)

خامساً: نقد النتائج في الدراسات السابقة

الإيجابيات :

أظهرت النتائج أن أخلاقيات الإعلام الرقمي باتت قضية مركزية عالمياً، وأن هناك تقارباً في حجم الإنتاج البحثي العربي والأجنبي (49% عربي، 51% أجنبي)

السلبيات:

بعض النتائج بدت وصفية أكثر منها تحليلية. مثلاً: عرض النسب المئوية لتوزيع الدراسات حسب المحاور البحثية لم يُترجم إلى تحليل لما إذا كانت هناك فجوات معرفية حقيقية أو قصور في اتجاهات البحث.

- النتائج لم تُبرز بدرجة كافية التناقضات والفجوات البحثية.

الخلاصة النقدية

- حققت الدراسة المرجعية **جهدًا واضح** في جمع وتصنيف الدراسات السابقة حول أخلاقيات الإعلام الرقمي.
- قدمت **صورة بانورامية** مهمة للباحثين.
- أبرز نقاط الضعف تمثلت في **الميل نحو الوصف** أكثر من التحليل النقدي العميق.
- **تضائل المناهج الميدانية التطبيقية**، امام المناهج الكيفية والتنظيرية.
- **اعتماد عينة متاحة** قد تقلل من شمولية النتائج.
- **ضعف التمييز** بين الدراسات ذات المصدقية العالية والأخرى الأقل.
- **الدراسة مرجعًا مفيدًا كبداية**، لكنه يحتاج إلى تعميق نقدي أكبر وربط أقوى بالجانب العملي والتطبيقي للأخلاقيات الرقمية.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

شكرا لكم وكل عام وانتم بخير

بسمه العنمي) :

