

جامعة ميدأوشن
كلية الإدارة
قسم / تخصص إدارة الأعمال

أخلاقيات البحث العلمي في دراسة السمعة الرقمية

إعداد الطالب

باسل معازر الرويلي

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

العام الدراسي: 2026

جدول المحتويات

تُعد أخلاقيات البحث العلمي مجموعة من المبادئ والقواعد التي تنظم سلوك الباحث أثناء اختيار موضوع الدراسة وجمع البيانات وتحليلها وعرض النتائج، وتشمل الالتزام بالأمانة العلمية، والتوثيق الصحيح، وحماية المشاركين، وتجنب الإضرار بهم. وتزداد أهمية هذه الأخلاقيات عند دراسة موضوعات رقمية مثل السمعة الرقمية، لأن البيانات المنشورة على الإنترنت قد تبدو عامة، لكنها ترتبط بأشخاص حقيقيين وقد تؤثر في خصوصيتهم وصورتهم الاجتماعية والمهنية.

ويهدف هذا البحث إلى توضيح مبادئ أخلاقيات البحث العلمي وقضاياها الأساسية، ثم تطبيقها عملياً على موضوع السمعة الرقمية لدى مستخدمي المنصات الاجتماعية، بما يساعد على تحقيق التوازن بين قيمة المعرفة العلمية وحماية خصوصية الأفراد وكرامتهم.

مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في أن كثيراً من المستخدمين يتعاملون مع حضورهم الرقمي بوصفه نشاطاً عابراً، بينما يمكن أن تتحول المنشورات والتعليقات والصور والتفاعلات إلى مؤشرات تؤثر في السمعة الشخصية والمهنية. وفي الوقت نفسه، يواجه الباحث صعوبة أخلاقية في دراسة هذه الظاهرة، لأن البيانات الرقمية قد تكون متاحة ظاهرياً لكنها ترتبط بخصوصية الأفراد وتوقعاتهم حول استخدام معلوماتهم.

ومن هنا تظهر الحاجة إلى دراسة السمعة الرقمية من منظور أخلاقي يوازن بين أهمية المعرفة العلمية وحماية المشاركين من الضرر، خصوصاً في ظل المخاطر المرتبطة بالهوية الرقمية والبيانات الشخصية وإمكانية إعادة التعرف على الأفراد من خلال آثارهم الرقمية.

الفجوات على المستوى النظري

تتمثل الفجوة النظرية في أن كثيراً من الدراسات تناولت السمعة الرقمية من منظور تقني أو اتصالي، بينما لا تزال الحاجة قائمة إلى ربطها بصورة أوضح بمبادئ أخلاقيات البحث العلمي، مثل السرية والموافقة المستنيرة وحماية البيانات وتقليل الضرر. كما أن بعض الأدبيات تركز على مفهوم الهوية الرقمية دون تحليل كافٍ للمخاطر الأخلاقية التي تظهر عند استخدام بيانات الأفراد المنشورة في المنصات الاجتماعية لأغراض بحثية.

الفجوات على المستوى التطبيقي

تظهر الفجوة التطبيقية في حاجة الباحثين والطلاب إلى إجراءات عملية واضحة عند دراسة السمعة الرقمية، مثل كيفية تصميم الاستبانة، وتحديد نوع البيانات التي يجوز جمعها، وطريقة إخفاء هوية المشاركين، وآلية تخزين البيانات وحذفها بعد انتهاء التحليل. لذلك تسعى الدراسة الحالية إلى تقديم تصور تطبيقي يساعد الباحث على الالتزام بالأخلاقيات عند جمع بيانات رقمية مرتبطة بسمعة الأفراد.

السؤال الرئيس: كيف يمكن تطبيق مبادئ أخلاقيات البحث العلمي عند دراسة السمعة الرقمية في منصات التواصل الاجتماعي؟

أهمية الدراسة

الأهمية النظرية

تسهم الدراسة في إثراء النقاش الأكاديمي حول أخلاقيات البحث في البيئة الرقمية، خصوصاً في الموضوعات التي تتداخل فيها الخصوصية مع الهوية الرقمية والصورة الاجتماعية. كما تساعد على توضيح العلاقة بين مبادئ الأمانة العلمية والسرية والموافقة المستنيرة وبين دراسة ظاهرة السمعة الرقمية.

الأهمية التطبيقية

تقدم الدراسة تصوراً عملياً للباحثين حول كيفية تصميم دراسة رقمية أخلاقية من خلال اختيار عينة مناسبة، وصياغة أسئلة غير مؤذية، وحماية البيانات، وتجنب نشر معلومات قابلة للتنبع. كما يمكن أن يستفيد منها الطلاب والباحثون عند إعداد تقارير أو دراسات تتناول المنصات الاجتماعية والخصوصية الرقمية.

أسئلة الدراسة

- 1.1.1. ما أهم المخاطر الأخلاقية في دراسة السمعة الرقمية؟
- 1.1.2. كيف يمكن حماية خصوصية المشاركين عند جمع بيانات رقمية؟
- 1.1.3. ما الإجراءات المناسبة للحصول على موافقة مستنيرة في الدراسات الرقمية؟

أهداف الدراسة

- 1.1.4. توضيح مفهوم أخلاقيات البحث العلمي وأهميتها في الدراسات الرقمية.
- 1.1.5. تحليل المبادئ والقضايا الأخلاقية المرتبطة بدراسة السمعة الرقمية.
- 1.1.6. تقديم نموذج تطبيقي يوضح كيفية جمع البيانات وحماية المشاركين وفق الضوابط الأكاديمية.

فرضيات الدراسة

تفترض الدراسة وجود علاقة إيجابية بين الوعي بالخصوصية الرقمية وإدارة السمعة الرقمية، فكلما ارتفع وعي الأفراد بإعدادات الخصوصية ومخاطر النشر، زادت قدرتهم على إدارة صورتهم الرقمية بصورة أكثر مسؤولية.

نموذج الدراسة

يقوم نموذج الدراسة على متغير مستقل هو الوعي بالخصوصية الرقمية، ويتضمن معرفة إعدادات الخصوصية والقدرة على تقييم مخاطر النشر والانتباه للأثر الرقمي. أما المتغير التابع فهو إدارة السمعة الرقمية، ويشمل مراجعة المحتوى المنشور، والتحكم في المعلومات الشخصية، والحرص على بناء صورة رقمية إيجابية.

منهجية الدراسة

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لأنه يناسب دراسة اتجاهات الأفراد وممارساتهم في البيئة الرقمية. ويمكن استخدام استبانة إلكترونية كأداة رئيسة لجمع البيانات، مع تحليل الإجابات بطريقة كمية وصفية، مع توضيح طريقة حماية البيانات، ومدة الاحتفاظ بها، وحقوق المشاركين في الانسحاب، وعدم جمع أي معلومات تعريفية غير ضرورية.

الدراسة الميدانية

تتم الدراسة الميدانية المقترحة من خلال استبانة إلكترونية موجهة إلى عينة من المستخدمين البالغين، وتتضمن محاور حول الوعي بالخصوصية الرقمية، وممارسات إدارة السمعة الرقمية، وإدراك المخاطر المرتبطة بالمنشورات والصور والتعليقات. ويجب تقديم نموذج موافقة مستنيرة قبل المشاركة، مع التأكيد على أن البيانات ستستخدم لأغراض أكاديمية فقط.

مخطط المشروع المقترح

يتكون المشروع المقترح من خمسة فصول: الفصل الأول الإطار العام للدراسة، الفصل الثاني الإطار النظري والدراسات السابقة، الفصل الثالث منهجية البحث، الفصل الرابع التحليل الإحصائي، والفصل الخامس مناقشة النتائج والخاتمة. ويساعد هذا التنظيم على عرض الموضوع بصورة علمية متدرجة ومتوافقة مع متطلبات مشروع التخرج.

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

تمهيد الدراسات السابقة

تتناول الدراسات السابقة موضوع السمعة الرقمية بوصفه امتداداً للهوية الرقمية والآثار التي يتركها الأفراد عبر المنصات الإلكترونية. وتبرز أهمية مراجعة الأدبيات في تحديد المفاهيم الرئيسية، وتحليل العلاقة بين الوعي بالخصوصية الرقمية وإدارة السمعة، ورصد الفجوات البحثية التي يمكن أن تسهم الدراسة الحالية في معالجتها.

وتؤكد الأدبيات المرتبطة بأخلاقيات البحث أن التعامل مع البيانات الرقمية لا يقتصر على كونها بيانات متاحة للعمامة، بل يتطلب النظر إلى سياق النشر، وتوقعات المستخدمين، واحتمال تعرضهم للضرر إذا أعيد استخدام بياناتهم خارج السياق الأصلي. ولذلك فإن مراجعة الأدبيات في هذه الدراسة تركز على ثلاثة محاور: مفهوم السمعة الرقمية، مفهوم الخصوصية الرقمية، والعلاقة بين الوعي بالخصوصية وإدارة السمعة الرقمية.

عرض الدراسات السابقة

دراسة Boyd (2014): تناولت الدراسة الحياة الاجتماعية في البيئة الرقمية، وبيّنت أن حضور الأفراد على الإنترنت أصبح جزءاً من هويتهم الاجتماعية، وأن ما ينشرونه أو يتفاعلون معه قد ينعكس على صورتهم لدى الآخرين. وتقيد هذه الدراسة البحث الحالي في توضيح أن السمعة الرقمية لا تتكون من منشور واحد فقط، بل من تراكم مستمر للآثار الرقمية داخل المنصات الاجتماعية.

دراسة Langton و DeLiema و Burnes (2020): ركزت هذه الدراسة على عوامل الخطر والحماية المرتبطة بسرقة الهوية، وأوضحت أن البيانات الشخصية المنشورة أو المتداولة قد تعرض الأفراد لمخاطر إساءة الاستخدام. وتقيد هذه الدراسة في دعم جانب الخصوصية الرقمية في البحث الحالي، لأنها توضح أن البيانات التي تبدو بسيطة قد تصبح مدخلاً لمخاطر أكبر على السمعة والهوية.

دراسة Ishmaev (2021): ناقشت الدراسة قضايا السيادة والخصوصية والأخلاقيات في أنظمة إدارة الهوية الرقمية، وأكدت أن حماية الهوية الرقمية لا ترتبط فقط بالجوانب التقنية، بل تشمل كذلك اعتبارات أخلاقية تتعلق بالتحكم في البيانات، وحق الفرد في معرفة كيفية استخدامها. وتدعم هذه الدراسة الإطار الأخلاقي للبحث الحالي عند التعامل مع بيانات المشاركين الرقمية.

دراسة Robles-Carrillo (2024): تناولت الدراسة مفهوم الهوية الرقمية وطبيعتها ووظائفها، وبيّنت أن الهوية الرقمية تتكون من بيانات وتفاعلات وتمثيلات إلكترونية قد تستخدم في تعريف الفرد أو تقييمه. وتقيد هذه الدراسة في توضيح العلاقة بين الهوية الرقمية والسمعة الرقمية، حيث تمثل الهوية الرقمية الأساس الذي تتكون منه الانطباعات والتقييمات الرقمية.

دليل الجمعية الأمريكية لعلم النفس APA (2020): يوضح الدليل أهمية الأمانة العلمية، والتوثيق الصحيح، واحترام حقوق المؤلفين، وتنظيم الاقتباسات والمراجع وفق ضوابط أكاديمية. ويستفيد البحث الحالي من هذا الدليل في ضبط أسلوب التوثيق، وتأكيد ضرورة تجنب الانتحال العلمي عند استخدام الأفكار أو النتائج الواردة في الدراسات السابقة.

التعقيب على الدراسات السابقة

يتضح من الدراسات السابقة أن موضوع السمعة الرقمية يرتبط بعدة مفاهيم متداخلة، أهمها الهوية الرقمية، والخصوصية، وحماية البيانات، والأمانة العلمية. كما يتبين أن الدراسات ركزت على الجوانب الاجتماعية والتقنية والأخلاقية بصورة منفصلة، بينما تحاول الدراسة الحالية الربط بين هذه الجوانب من خلال دراسة أخلاقيات البحث العلمي في موضوع السمعة الرقمية. ولذلك تتمثل إضافة الدراسة الحالية في الجمع بين البعد الأخلاقي والبعد الرقمي عند تحليل كيفية جمع البيانات وحمايتها وتفسيرها.

مفهوم السمعة الرقمية في الأدبيات

تُعرّف السمعة الرقمية بأنها الصورة أو الانطباع الذي يتكون عن الفرد أو المؤسسة نتيجة المعلومات والآثار الرقمية المتاحة عبر الإنترنت، سواء كانت منشورات أو تعليقات أو صوراً أو تفاعلات أو نتائج تظهر في محركات البحث. وتؤكد الأدبيات أن السمعة الرقمية لم تعد مرتبطة فقط بما ينشره الفرد بإرادته، بل تشمل أيضاً ما ينشره الآخرون عنه، وما تحفظه المنصات الرقمية من بيانات وتفاعلات يمكن الرجوع إليها لاحقاً.

وتشير الدراسات إلى أن السمعة الرقمية ترتبط بشكل وثيق بمفهوم الهوية الرقمية؛ إذ تمثل الهوية الرقمية مجموع البيانات والتمثيلات التي تظهر عن الشخص في البيئة الإلكترونية، بينما تعكس السمعة الرقمية تقييم الآخرين لهذه الهوية. ومن ثم فإن أي دراسة تتناول السمعة الرقمية يجب أن تراعي أن البيانات الرقمية قد تؤثر في فرص العمل، والعلاقات الاجتماعية، والثقة المهنية، والصورة العامة للفرد.

الخصوصية الرقمية وحماية البيانات الشخصية

تُعد الخصوصية الرقمية من أكثر المفاهيم ارتباطاً بدراسة السمعة الرقمية؛ لأنها تحدد قدرة الأفراد على التحكم في بياناتهم ومعلوماتهم الشخصية داخل البيئة الإلكترونية. ويشير مفهوم الخصوصية الرقمية إلى حق الفرد في معرفة كيفية جمع بياناته، والغرض من استخدامها، والجهات التي يمكنها الوصول إليها، ومدة الاحتفاظ بها.

وتوضح الأدبيات أن البيانات الرقمية قد تكون متاحة بصورة علنية، لكنها لا تفقد بذلك حساسيتها الأخلاقية؛ فالمستخدم قد ينشر معلوماته في سياق اجتماعي محدد دون أن يتوقع استخدامها في بحث أكاديمي أو إعادة نشرها في سياق مختلف. لذلك يجب على الباحث عند دراسة السمعة الرقمية أن يميز بين إتاحة البيانات تقنياً وبين مشروعيتها أخلاقياً.

أخلاقيات استخدام البيانات الرقمية في البحث العلمي

تركز أخلاقيات البحث العلمي على حماية المشاركين، وتحقيق الأمانة العلمية، وضمان سلامة البيانات، وتجنب الإضرار بالأفراد أو المجتمعات. وفي الدراسات الرقمية، تصبح هذه المبادئ أكثر حساسية بسبب سهولة نسخ البيانات وتداولها وربطها بهوية الأشخاص، حتى عند محاولة إخفاء الأسماء أو حذف المعلومات المباشرة.

وتشير الأدبيات إلى ضرورة الالتزام بالموافقة المستنيرة عند جمع بيانات من المشاركين، وتوضيح الهدف من الدراسة، ونوع البيانات المطلوبة، وحق المشارك في الانسحاب، وطريقة حفظ البيانات. كما يجب على الباحث استخدام البيانات لأغراض البحث فقط، وعدم إعادة توظيفها في أهداف أخرى دون موافقة واضحة.

الدراسات السابقة المرتبطة بالمتغير المستقل

ركزت الدراسات المرتبطة بالوعي بالخصوصية الرقمية على مدى معرفة الأفراد بمخاطر مشاركة البيانات الشخصية، وقدرتهم على التحكم في إعدادات الخصوصية، وفهمهم لاحتمالات إساءة استخدام المعلومات المنشورة عبر الإنترنت. وتبين هذه الدراسات أن انخفاض الوعي بالخصوصية قد يؤدي إلى ممارسات رقمية غير آمنة، مثل نشر معلومات شخصية، أو مشاركة صور ومواقع، أو قبول إعدادات افتراضية تسمح بجمع بيانات واسعة عن المستخدم.

كما تناولت بعض الأدبيات علاقة الوعي بالخصوصية الرقمية بإدارة الهوية الشخصية على الإنترنت، حيث إن المستخدم الواعي يكون أكثر قدرة على تقييم ما ينشره، وتحديد الجمهور المناسب للمحتوى، وتجنب مشاركة معلومات قد تُستخدم ضده لاحقاً. وبناءً على ذلك، يشكل الوعي بالخصوصية الرقمية عاملاً رئيساً في تفسير اختلاف الأفراد في إدارة حضورهم الرقمي.

الدراسات السابقة المرتبطة بالمتغير التابع

تناولت الدراسات المرتبطة بإدارة السمعة الرقمية ممارسات الأفراد في مراجعة المحتوى المنشور، والتحكم في المعلومات الشخصية، وبناء صورة رقمية إيجابية. وتوضح هذه الدراسات أن إدارة السمعة الرقمية لا تعني فقط حذف المحتوى السلبي، بل تشمل أيضاً التخطيط الواعي للحضور الرقمي، واختيار ما يتم نشره، ومراقبة نتائج البحث، والتفاعل بطريقة تحافظ على الصورة الاجتماعية والمهنية للفرد. وتشير الأدبيات إلى أن السمعة الرقمية تتأثر بعوامل متعددة، منها طبيعة المنصة الرقمية، ونوع المحتوى المنشور، ومدى انتشار التفاعل، وإمكانية وصول الآخرين إلى المعلومات. ولذلك يحتاج الفرد إلى ممارسات مستمرة لإدارة سمعته الرقمية، مثل مراجعة إعدادات الخصوصية، وتحديث المعلومات الشخصية، وتجنب نشر المحتوى الذي قد يسبب سوء فهم أو ضرراً مستقبلياً.

تحليل الفجوة البحثية في الدراسات السابقة

من خلال مراجعة الأدبيات، يتضح أن هناك اهتماماً متزايداً بموضوعات الهوية الرقمية والخصوصية وإدارة السمعة عبر الإنترنت، إلا أن الربط بين هذه الموضوعات من منظور أخلاقي بحثي لا يزال بحاجة إلى مزيد من التحليل. فكثير من الدراسات تركز على السلوك الرقمي أو المخاطر التقنية، بينما نقل الدراسات التي توضح كيف يجب أن يلتزم الباحث أخلاقياً عند دراسة هذه الظاهرة وجمع بيانات عنها.

وتتمثل الفجوة التي تعالجها الدراسة الحالية في محاولة تقديم إطار يربط بين الوعي بالخصوصية الرقمية وإدارة السمعة الرقمية من جهة، وبين مبادئ أخلاقيات البحث العلمي من جهة أخرى. وهذا الربط يمنح الدراسة قيمة نظرية وتطبيقية، لأنه لا يكفي بوصف الظاهرة، بل يحدد أيضاً الضوابط الأخلاقية التي ينبغي أن يلتزم بها الباحث عند دراستها.

ملخص فصل الدراسات السابقة

يخلص فصل الدراسات السابقة إلى أن السمعة الرقمية مفهوم متعدد الأبعاد يرتبط بالهوية الرقمية، والخصوصية، وطريقة استخدام الأفراد للمنصات الإلكترونية. كما يتضح أن الوعي بالخصوصية الرقمية يمثل عاملاً مهماً في تفسير قدرة الأفراد على إدارة سمعتهم الرقمية. وتؤكد الأدبيات أيضاً أن دراسة هذه الظاهرة تحتاج إلى التزام أخلاقي واضح، خصوصاً فيما يتعلق بالموافقة المستنيرة، وحماية البيانات، وتجنب نشر معلومات قابلة للتتبع، وعدم استخدام البيانات الرقمية خارج سياقها الأصلي.

المتغير المستقل: الوعي بالخصوصية الرقمية

يتمثل المتغير المستقل في الوعي بالخصوصية الرقمية، ويقصد به معرفة الفرد بمخاطر مشاركة البيانات الشخصية، وقدرته على استخدام إعدادات الخصوصية، وإدراكه للأثار طويلة المدى التي قد تتركها المنشورات والتفاعلات الرقمية.

وتشمل أبعاد الوعي بالخصوصية الرقمية: إدراك مخاطر مشاركة البيانات الشخصية، معرفة إعدادات الخصوصية في المنصات، القدرة على التمييز بين المعلومات العامة والحساسة، والانتباه إلى إمكانية بقاء الأثر الرقمي لفترة طويلة حتى بعد حذف المحتوى من الحساب الشخصي.

المتغير التابع: إدارة السمعة الرقمية

يتمثل المتغير التابع في إدارة السمعة الرقمية، ويقصد بها قدرة الفرد على مراجعة محتواه المنشور، والتحكم في المعلومات التي تظهر عنه، وبناء صورة رقمية إيجابية، وتجنب الممارسات التي قد تؤثر سلباً في سمعته الشخصية أو المهنية.

ويمكن قياس إدارة السمعة الرقمية من خلال عدة مؤشرات، منها: مراجعة المنشورات القديمة، تقليل نشر المعلومات الشخصية، استخدام إعدادات الخصوصية، التفكير في أثر المحتوى قبل نشره، والحرص على عدم نشر ما قد يسيء إلى الصورة الاجتماعية أو المهنية للفرد.

العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تشير الأدبيات إلى أن ارتفاع مستوى الوعي بالخصوصية الرقمية يساعد الأفراد على إدارة سمعتهم الرقمية بشكل أفضل، لأن الفرد الواعي بمخاطر النشر يكون أكثر قدرة على ضبط محتواه، وتقييم ما يمكن مشاركته، وحماية بياناته الشخصية من الاستخدام غير المناسب.

وبناءً على ذلك، يمكن صياغة العلاقة البحثية على النحو الآتي: كلما زاد وعي الأفراد بالخصوصية الرقمية، تحسنت ممارساتهم في إدارة السمعة الرقمية. وتساعد هذه العلاقة على بناء فرضية قابلة للاختبار من خلال الاستبانة وتحليل إجابات المشاركين بطريقة كمية وصفية.

الخاتمة

يتضح من هذا البحث أن أخلاقيات البحث العلمي ليست إجراءات شكلية، بل هي أساس لضمان جودة البحث وحماية المشاركين وتعزيز ثقة المجتمع في المعرفة العلمية. وفي موضوع السمعة الرقمية تحديداً، تبرز أهمية السرية والموافقة المستنيرة والموضوعية بسبب حساسية البيانات الرقمية وسهولة ربطها بالأشخاص. لذلك يجب على الباحث أن يتعامل مع البيانات المنشورة على الإنترنت بحذر، وأن يوازن بين قيمة المعرفة العلمية وحق الأفراد في الخصوصية والكرامة.

قائمة المراجع

- American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). American Psychological Association.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Burnes, D., DeLiema, M., & Langton, L. (2020). Risk and protective factors of identity theft victimization in the United States. *Preventive Medicine Reports*, 17, 101058.
- Ishmaev, G. (2021). Sovereignty, privacy, and ethics in blockchain-based identity management systems. *Ethics and Information Technology*, 23, 239–252.
- Robles-Carrillo, M. (2024). Digital identity: An approach to its nature, concept, and functionalities. *International Journal of Law and Information Technology*, 32.