

أخلاقيات البحث العلمي

إعداد الطالب :

سعود بن عبدالعزيز حمود خميس

إشراف:

د. الفيصل عبد الحميد

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2026

المقدمة

تُعد أخلاقيات البحث العلمي حجر الزاوية الذي يرتكز عليه أي مسعى أكاديمي أو علمي ذي مصداقية وجودة. فهي لا تمثل مجرد مجموعة من القواعد الإجرائية، بل هي إطار قيمى شامل يضمن النزاهة، الشفافية، والمسؤولية في كل مرحلة من مراحل العملية البحثية [١]. في ظل التطور التكنولوجي المتسارع الذي يشهده العالم اليوم، وظهور تقنيات متقدمة كالذكاء الاصطناعي (AI) وتزايد الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر للبيانات ومنصات للتفاعل، تتضاعف الحاجة إلى فهم عميق وتطبيق صارم لهذه الأخلاقيات. يهدف هذا الالتزام إلى تجنب فقدان الثقة في النتائج العلمية، وحماية الأفراد والمجتمعات من الأضرار المحتملة التي قد تنجم عن سوء استخدام التكنولوجيا في البحث [١] [٢].

لقد تطور مفهوم أخلاقيات البحث عبر محطات تاريخية محورية، بدءاً من ميثاق نورمبرغ (١٩٤٧) الذي جاء استجابة للانتهاكات الأخلاقية الفادحة خلال الحرب العالمية الثانية، مروراً بإعلان هلسنكي (١٩٦٤) الذي ركز على الأخلاقيات في البحوث الطبية، وصولاً إلى تقرير بلمونت (١٩٧٩) الذي أرسى ثلاثة مبادئ أساسية: احترام الأشخاص، الإحسان، والعدالة [٤] [٥]. هذه الأطر التاريخية لا تزال تشكل الأساس الذي تستند إليه اللوائح والقوانين الحالية، وهي تتطور باستمرار لمواكبة التحديات الجديدة التي تفرضها الابتكارات التكنولوجية [٤] [٥].

يهدف هذا البحث إلى استعراض شامل لأخلاقيات البحث العلمي، مبادئها الأساسية، والقضايا الأخلاقية المعاصرة التي تبرز في العصر الرقمي. سيتم التركيز بشكل خاص على التحديات التي يفرضها الذكاء الاصطناعي في جمع البيانات وتحليلها، وكذلك القضايا الأخلاقية المتعلقة بجمع البيانات من وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق عبر المؤثرين. كما سيتم تطبيق هذه المبادئ والقضايا على موضوع البحث الخاص بالطالب: "تكامل تقنيات الذكاء الاصطناعي والتسويق عبر المؤثرين المشاهير في وسائل التواصل الاجتماعي وأثره على تفاعل الجمهور مع العلامات التجارية: دراسة على الشركات ووكالات التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية"، وذلك لتقديم توصيات عملية تضمن إجراء البحث بطريقة أخلاقية ومسؤولة [١] [NDMO].

أهمية أخلاقيات البحث العلمي

تكتسب أخلاقيات البحث العلمي أهمية قصوى لضمان جودة البحث ومصداقيته وتأثيره الإيجابي على المجتمع [١]. فهي ليست مجرد متطلبات شكلية، بل هي ضرورة حتمية لعدة أسباب:

- **تعزيز الثقة والمصداقية:** تضمن الأخلاقيات أن تكون النتائج البحثية موثوقة وغير متحيزة، مما يعزز ثقة المجتمع العلمي والجمهور في البحث ونتائجه [١].
- **حماية حقوق المشاركين:** تحمي الأخلاقيات حقوق وكرامة المشاركين في البحث، سواء كانوا بشرًا أو حيوانات، وتضمن عدم تعرضهم لأي ضرر جسدي أو نفسي [٥].
- **ضمان دقة النتائج وموضوعيتها:** تفرض الأخلاقيات على الباحث الالتزام بالمنهجية العلمية السليمة، وتجنب التلاعب بالبيانات أو تزويرها، مما يضمن دقة النتائج وموضوعيتها [٣].
- **تجنب النزاعات القانونية والأكاديمية:** الالتزام بالأخلاقيات يحمي الباحث والمؤسسة البحثية من المساءلة القانونية والأكاديمية التي قد تنجم عن انتهاكات أخلاقية مثل الانتحال أو التلاعب بالبيانات [٣].
- **تعزيز سمعة المؤسسات العلمية:** تساهم الأخلاقيات في بناء سمعة أكاديمية قوية للمؤسسات البحثية، مما يجذب أفضل الباحثين ويزيد من فرص التمويل والتعاون الدولي.

التطور التاريخي لأخلاقيات البحث

تطورت أخلاقيات البحث عبر محطات تاريخية مهمة، أبرزها:

- **ميثاق نورمبرغ (١٩٤٧):** جاء هذا الميثاق استجابة للتجارب الطبية اللاإنسانية التي أجراها النازيون خلال الحرب العالمية الثانية. ركز الميثاق على مبدأ **الموافقة الطوعية والمستنيرة** للمشاركة كشرط أساسي لأي بحث يتضمن بشراً [٤].
- **إعلان هلسنكي (١٩٦٤):** وضع هذا الإعلان، الصادر عن الجمعية الطبية العالمية، مبادئ أخلاقية للبحوث الطبية التي تتضمن مشاركة بشر. أكد الإعلان على أن **مصلحة المشارك يجب أن تكون دائماً فوق مصلحة العلم والمجتمع**، وشدد على أهمية المراجعة الأخلاقية المستقلة للبروتوكولات البحثية [٤].
- **تقرير بلمونت (١٩٧٩):** صدر هذا التقرير في الولايات المتحدة الأمريكية استجابة لانتهاكات حقوق المشاركين في دراسات بحثية سابقة (مثل دراسة توسكيجي للزهرى). حدد التقرير ثلاثة مبادئ أخلاقية أساسية توجه البحوث التي تتضمن بشراً: **احترام الأشخاص** (الاعتراف باستقلالية الأفراد وحماية الفئات الضعيفة)، **الإحسان** (تعظيم الفوائد وتقليل الأضرار)، و**العدالة** (توزيع عادل للأعباء والفوائد) [٥].

شكلت هذه الوثائق الأساس الذي استندت إليه العديد من اللوائح والقوانين الأخلاقية في جميع أنحاء العالم، مؤكدة على ضرورة التزام التقدم العلمي بالقيم الأخلاقية والإنسانية.

المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي

تستند أخلاقيات البحث العلمي إلى مجموعة من المبادئ الأساسية التي توجه سلوك الباحث وتضمن نزاهة العملية البحثية واحترام حقوق جميع الأطراف المعنية. هذه المبادئ لا تشكل فقط إطاراً نظرياً، بل هي أساس الممارسة البحثية السليمة التي تعزز الثقة وتضمن العدالة [١] [٢]. من أبرز هذه المبادئ:

(Scientific Honesty) الأمانة العلمية .

- **التعريف:** تعني الالتزام بالصدق والنزاهة المطلقة في جميع مراحل البحث، من جمع البيانات وتحليلها إلى عرض النتائج وتوثيق المصادر. يجب على الباحث أن يعترف بجهود الآخرين وأفكارهم، وألا ينسبها لنفسه بأي شكل من الأشكال [١].
- **التفصيل:** تتجلى الأمانة العلمية في عدة جوانب، منها عدم تزوير البيانات أو التلاعب بها، والإبلاغ عن النتائج بدقة حتى لو كانت لا تدعم الفرضيات الأصلية. كما تشمل الإشارة الواضحة والصريحة إلى جميع المصادر التي تم الاستعانة بها، سواء كانت اقتباسات مباشرة أو أفكاراً معاد صياغتها. عدم الالتزام بهذا المبدأ يؤدي إلى الانتحال العلمي، وهو من أخطر المخالفات الأخلاقية [٣].
- **مثال توضيحي:** عند استخدام اقتباس مباشر أو فكرة من دراسة سابقة، يجب توثيق المصدر بشكل دقيق وفقاً لأسلوب APA، مع الإشارة إلى المؤلف وتاريخ النشر ورقم الصفحة إن وجد. عدم القيام بذلك يُعد انتهاكاً علمياً، وقد يؤدي إلى عواقب أكاديمية ومهنية وخيمة [٣].

(Integrity) النزاهة .

- **التعريف:** تشمل الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية العالية، وتجنب أي ممارسات قد تشوه سمعة البحث أو الباحث. تتطلب النزاهة الشفافية والمسؤولية في كل خطوة من خطوات البحث، والتصرف بنزاهة حتى في غياب الرقابة المباشرة [١].
- **التفصيل:** تتجاوز النزاهة مجرد عدم الغش، لتشمل الشجاعة الأخلاقية للاعتراف بالأخطاء، والإفصاح عن أي تضارب في المصالح قد يؤثر على موضوعية البحث. كما تتضمن الالتزام بالوعود التي تُقطع للمشاركين أو الجهات الممولة، والحفاظ على سرية المعلومات الحساسة [١].

- **مثال توضيحي:** إذا اكتشف الباحث خطأً في بياناته بعد نشر البحث، فإن النزاهة تقتضي منه تصحيح الخطأ أو سحب البحث إذا كان الخطأ جوهرياً، حتى لو كان ذلك سيؤثر على سمعته الأكاديمية. هذا يعكس الالتزام بالحقيقة فوق الاعتبارات الشخصية.

(Objectivity) الموضوعية .

- **التعريف:** تعني تجنب التحيز الشخصي أو المسبق في تصميم البحث، جمع البيانات، تحليلها، وتفسير النتائج. يجب على الباحث أن يقدم النتائج كما هي، حتى لو كانت لا تتوافق مع فرضياته أو توقعاته، وأن يسعى للحقيقة بغض النظر عن النتائج المرغوبة [١].
- **التفصيل:** يتطلب تحقيق الموضوعية تصميمًا بحثيًا محكمًا يقلل من فرص التحيز، واستخدام أدوات قياس موثوقة وصالحة. كما يتطلب من الباحث أن يكون واعياً بتحيزاته المحتملة وأن يتخذ خطوات للتخفيف منها، مثل استخدام المراجعة المزدوجة أو التحليل من قبل طرف ثالث [١].
- **مثال توضيحي:** عند تحليل بيانات استبيان، يجب على الباحث ألا يتجاهل الإجابات التي لا تدعم فرضيته، بل يجب أن يعرض جميع البيانات ويحللها بموضوعية، ويناقش التناقضات إن وجدت، ويقدم تفسيرات محتملة لها دون تحيز.

(Confidentiality and Privacy) السرية والخصوصية

- **التعريف:** تتطلب حماية المعلومات الشخصية للمشاركين في البحث وعدم الكشف عن هويتهم أو أي بيانات يمكن أن تؤدي إلى التعرف عليهم. يجب تخزين البيانات بشكل آمن واستخدامها فقط للأغراض البحثية المتفق عليها، مع ضمان عدم وصول أطراف غير مصرح لها إليها [١].
- **التفصيل:** يشمل هذا المبدأ إخفاء الهوية (Anonymization) حيث لا يمكن ربط البيانات بالفرد، أو إخفاء البيانات (Pseudonymization) حيث يتم استبدال المعلومات التعريفية بمعرفات مستعارة. يجب أن يتم شرح إجراءات السرية والخصوصية للمشاركين بوضوح في وثيقة الموافقة المستنيرة [١].
- **مثال توضيحي:** في دراسة تتضمن مقابلات مع أفراد حول مواضيع حساسة، يجب على الباحث استخدام أسماء مستعارة أو رموز للمشاركين عند كتابة التقرير، والتأكد من أن أي معلومات تعريفية لا تظهر في النتائج المنشورة. كما يجب تخزين التسجيلات الصوتية أو المرئية في مكان آمن ومحمي بكلمة مرور.

(Informed Consent) الموافقة المستنيرة 3.5.

- **التعريف:** تعني الحصول على موافقة طوعية من المشاركين بعد إبلاغهم بشكل كامل وواضح عن أهداف البحث، إجراءاته، المخاطر والفوائد المحتملة، وحقوقهم في الانسحاب في أي وقت دون عواقب. يجب أن تكون الموافقة حرة وغير خاضعة لأي ضغط أو إكراه [١] [٥].
- **التفصيل:** تتطلب عملية الموافقة المستنيرة تقديم معلومات مكتوبة وشفوية بلغة واضحة ومفهومة للمشارك. يجب أن تتضمن الوثيقة معلومات عن الباحث، المؤسسة، الغرض من الدراسة، الإجراءات، المدة المتوقعة، أي مخاطر أو إزعاجات محتملة، أي فوائد متوقعة، بدائل المشاركة، وكيفية حماية السرية والخصوصية. يجب أن يُمنح المشارك وقتاً كافياً لطرح الأسئلة واتخاذ القرار [١] [٥].
- **مثال توضيحي:** قبل إجراء استبيان أو مقابلة، يجب على الباحث تقديم وثيقة موافقة مستنيرة للمشاركين تشرح لهم كل تفاصيل الدراسة، ويجب أن يوقع المشاركون عليها كدليل على موافقتهم الحرة والمستنيرة. في حالة الأطفال أو الأشخاص ذوي القدرات المعرفية المحدودة، يجب الحصول على موافقة الوالدين أو الأوصياء القانونيين بالإضافة إلى موافقة الطفل نفسه إن أمكن.

(Justice) العدالة .

- **التعريف:** يقتضي هذا المبدأ توزيع أعباء وفوائد البحث بشكل عادل بين جميع الفئات، بحيث لا يتم استغلال فئة معينة أو حرمانها من فوائد البحث. يجب أن تكون عملية اختيار المشاركين عادلة ومنصفة [٥].
- **التفصيل:** يعني ذلك أن الفئات الضعيفة أو المهمشة يجب ألا تكون هي الوحيدة التي تتحمل مخاطر البحث، بينما تستفيد فئات أخرى من نتائجه. كما يجب أن تكون نتائج البحث متاحة بشكل عادل للجميع، وليس فقط لمن لديهم القدرة على الوصول إليها [٥].

- **مثال توضيحي:** في الأبحاث الطبية، يجب ألا يتم تجربة الأدوية الجديدة فقط على الفئات الفقيرة أو المحرومة، بل يجب أن تشمل عينة متنوعة من السكان. كما يجب أن تكون نتائج الأبحاث التي تمويلها الجهات العامة متاحة للجمهور دون قيود مبالغ فيها.

(Beneficence) الإحسان .

- **التعريف:** يتطلب هذا المبدأ تعظيم الفوائد المحتملة للبحث وتقليل الأضرار المحتملة إلى أقصى حد ممكن. يجب أن يكون الهدف النهائي للبحث هو تحقيق منفعة للمجتمع أو الأفراد [٥].
- **التفصيل:** يجب على الباحثين إجراء تحليل دقيق للمخاطر والفوائد المحتملة قبل البدء في البحث. إذا كانت المخاطر تفوق الفوائد بشكل كبير، فلا ينبغي إجراء البحث. كما يجب على الباحثين اتخاذ جميع الاحتياطات اللازمة لتقليل أي ضرر محتمل للمشاركين [٥].
- **مثال توضيحي:** في دراسة تتضمن تدخلًا تجريبيًا، يجب على الباحث التأكد من أن الفوائد المحتملة للمشاركين أو للمجتمع تفوق أي مخاطر محتملة. كما يجب توفير الدعم النفسي أو الطبي للمشاركين إذا تعرضوا لأي ضغوط أو آثار جانبية سلبية نتيجة للمشاركة في البحث.

(Social Responsibility) المسؤولية الاجتماعية .

- **التعريف:** تتجاوز أخلاقيات البحث الفردية لتشمل مسؤولية الباحث تجاه المجتمع ككل. يجب أن يساهم البحث في رفاهية المجتمع، وأن يتجنب أي أضرار محتملة قد تنجم عن نتائجه أو تطبيقاته [١].
- **التفصيل:** تتضمن المسؤولية الاجتماعية للباحث الإفصاح عن أي نتائج قد تكون لها تداعيات سلبية، والمشاركة في النقاشات العامة حول القضايا الأخلاقية المتعلقة بمجال تخصصه. كما يجب على الباحث أن يسعى لضمان أن تكون أبحاثه مفيدة للمجتمع، وأن يتم تطبيقها بطرق أخلاقية ومسؤولة [١].
- **مثال توضيحي:** في بحث حول تقنيات الذكاء الاصطناعي، يجب على الباحث أن يأخذ في الاعتبار الآثار المحتملة لهذه التقنيات على سوق العمل، والخصوصية، والعدالة الاجتماعية، وأن يقدم توصيات حول كيفية التخفيف من أي آثار سلبية محتملة.

القضايا الأخلاقية في البحث العلمي

على الرغم من أهمية الالتزام بالمبادئ الأخلاقية، إلا أن الباحثين قد يواجهون العديد من القضايا الأخلاقية التي تتطلب وعيًا وحذرًا لتجنب الوقوع فيها. هذه القضايا قد تؤثر سلبًا على مصداقية البحث ونتائجه، وقد تلحق الضرر بالمشاركين أو بالمجتمع العلمي ككل [٣]. من أبرز هذه القضايا:

(Plagiarism) الانتحال العلمي .

يُعد الانتحال العلمي من أخطر الانتهاكات الأخلاقية، ويعني نسبة أفكار أو كلمات أو أعمال الآخرين إلى الذات دون الإشارة إلى المصدر الأصلي [٣]. يمكن أن يتخذ الانتحال أشكالًا متعددة، منها النسخ الحرفي، إعادة الصياغة دون توثيق، أو حتى الانتحال الذاتي (Self-plagiarism) حيث يعيد الباحث استخدام أعماله المنشورة سابقًا دون الإشارة إليها بشكل صحيح. في العصر الرقمي، ومع سهولة الوصول إلى المعلومات، تزداد مخاطر الانتحال، ولكن في المقابل، تتطور أدوات الكشف عنه أيضًا [٢].

تزوير البيانات وتلفيقها (Fabrication and Falsification of Data)

- **التزوير (Fabrication):** يعني اختلاق بيانات أو نتائج لم يتم الحصول عليها فعليًا في البحث [٣].
- **التلفيق (Falsification):** يعني التلاعب بالبيانات أو المواد البحثية أو المعدات أو العمليات، أو تغيير أو حذف البيانات أو النتائج بحيث لا تعكس بدقة البحث الذي تم إجراؤه [٣].

كلا الممارستين تقوضان جوهر العلم القائم على الحقيقة والموضوعية، وتؤديان إلى نتائج مضللة قد تكون لها عواقب وخيمة على القرارات المبنية عليها، سواء في السياسات العامة أو الممارسات الطبية.

(Bias) التحيز .

يمكن أن يحدث التحيز في أي مرحلة من مراحل البحث، من تصميم الدراسة واختيار العينة، إلى جمع البيانات وتحليلها وتفسير النتائج [١]. يمكن أن يكون التحيز واعيًا أو غير واع، وقد ينجم عن معتقدات شخصية، أو مصالح ذاتية، أو حتى عن تصميم بحثي غير محكم. يجب على الباحثين أن يكونوا على دراية بالأنواع المختلفة للتحيز وأن يتخذوا خطوات استباقية للتخفيف منها لضمان موضوعية النتائج.

(Violation of Privacy and Confidentiality) انتهاك الخصوصية والسرية .

يحدث هذا الانتهاك عندما يتم الكشف عن معلومات شخصية للمشاركين دون موافقتهم، أو عندما لا يتم تأمين البيانات بشكل كافٍ، مما يعرض المشاركين للمخاطر [١]. في العصر الرقمي، حيث يتم جمع كميات هائلة من البيانات الشخصية عبر الإنترنت، تزداد تحديات حماية الخصوصية، وتصبح الحاجة إلى بروتوكولات أمنية صارمة وتشفير البيانات أمرًا بالغ الأهمية.

تضارب المصالح (Conflict of Interest)

ينشأ تضارب المصالح عندما تؤثر المصالح الشخصية أو المالية أو المهنية للباحث على موضوعيته واستقلالته في إجراء البحث أو الإبلاغ عن نتائجه [١]. يجب على الباحثين الإفصاح عن أي تضارب محتمل في المصالح للجهات الممولة، لجان الأخلاقيات، والقراء، لضمان الشفافية وتجنب أي شبهة تحيز.

التحديات الأخلاقية في العصر الرقمي 5.

لقد أحدثت الثورة الرقمية، بظهور الذكاء الاصطناعي ووسائل التواصل الاجتماعي، تحولاً جذرياً في مشهد البحث العلمي، مقدمة فرصاً غير مسبوقة وفي الوقت نفسه تحديات أخلاقية معقدة تتطلب دراسة متأنية [٢] [٧].

5.1. الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات البحث

يُعد الذكاء الاصطناعي أداة قوية يمكنها تحليل كميات هائلة من البيانات، وتحديد الأنماط، وحتى توليد المحتوى. ومع ذلك، فإن استخدامه في البحث يثير عدداً من القضايا الأخلاقية:

5.1.1. التحيز الخوارزمي (Algorithmic Bias)

تتعلم نماذج الذكاء الاصطناعي من البيانات التي تُدرب عليها. إذا كانت هذه البيانات تحتوي على تحيزات تاريخية أو مجتمعية، فإن النموذج سيعزز هذه التحيزات ويعززها في نتائجه [٢]. على سبيل المثال، قد تؤدي البيانات غير المتوازنة إلى أنظمة ذكاء اصطناعي تتخذ قرارات متحيزة ضد مجموعات معينة من السكان، مما يؤثر على العدالة والمساواة في نتائج البحث. يجب على الباحثين تقييم مصادر البيانات بعناية، والسعي لتتويعها، وتطبيق تقنيات لتقليل التحيز في الخوارزميات [٢].

5.1.2. خصوصية البيانات وأمنها (Data Privacy and Security)

تتطلب تطبيقات الذكاء الاصطناعي غالباً الوصول إلى كميات كبيرة من البيانات، بما في ذلك البيانات الشخصية الحساسة. يثير هذا مخاوف جدية بشأن كيفية جمع هذه البيانات، تخزينها، معالجتها، وحمايتها من الوصول غير المصرح به أو الانتهاك [١]. يجب على الباحثين الالتزام الصارم بلوائح حماية البيانات (مثل اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) وتطبيق أفضل الممارسات في أمن المعلومات، مثل التشفير وإخفاء الهوية، لضمان سرية وخصوصية المشاركين [١].

5.1.3. الشفافية والقابلية للتفسير (Transparency and Explainability)

غالباً ما تعمل نماذج الذكاء الاصطناعي المعقدة كـ "صناديق سوداء"، حيث يصعب فهم كيفية وصولها إلى نتائج معينة. هذا النقص في الشفافية يثير تساؤلات أخلاقية حول المساءلة، خاصة عندما تؤثر قرارات الذكاء الاصطناعي على حياة الأفراد

[٢]. يجب على الباحثين السعي لزيادة قابلية نماذج الذكاء الاصطناعي للتفسير، والإفصاح عن القيود والافتراضات الكامنة وراءها، وتوضيح كيفية استخدامها في البحث] ٢.

5.1.4. الانتحال العلمي والملكية الفكرية (Plagiarism and Intellectual Property)

مع قدرة أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية مثل ChatGPT على إنتاج نصوص وأفكار شبيهة بالبشر، تزداد تحديات الانتحال العلمي [٢]. يجب على الباحثين استخدام هذه الأدوات بمسؤولية، والإشارة بوضوح إلى استخدامها، وعدم تقديم المحتوى الذي يولده الذكاء الاصطناعي كعمل أصلي. كما تبرز قضايا حول ملكية المحتوى الذي يولده الذكاء الاصطناعي وحقوق الملكية الفكرية المرتبطة به [٢].

وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق عبر المؤثرين .

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مصدرًا غنيًا للبيانات البحثية ومنصة قوية للتسويق. ومع ذلك، فإن استخدامها يطرح تحديات أخلاقية فريدة:

5.2.1. جمع البيانات من وسائل التواصل الاجتماعي (Data Collection from Social Media)

على الرغم من أن البيانات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي قد تبدو عامة، إلا أن جمعها واستخدامها في البحث يثير مخاوف بشأن الخصوصية والموافقة المستنيرة [٧]. هل يوافق المستخدمون ضمناً على استخدام بياناتهم لأغراض بحثية بمجرد نشرها؟ يجب على الباحثين تقييم طبيعة البيانات (عامة أم خاصة)، وحساسيتها، والمخاطر المحتملة على الأفراد، والسعي للحصول على موافقة مستنيرة حيثما أمكن، أو إخفاء هوية البيانات بشكل فعال [٧].

5.2.2. التسويق عبر المؤثرين والأخلاقيات (Influencer Marketing and Ethics)

يُعد التسويق عبر المؤثرين استراتيجية شائعة، ولكنه يثير قضايا أخلاقية تتعلق بالشفافية، الصدق، وحماية المستهلكين [٩].

- **الشفافية والإفصاح:** يجب على المؤثرين والشركات الإفصاح بوضوح عن المحتوى المدفوع أو الإعلانات، لضمان أن الجمهور يدرك طبيعة العلاقة التجارية [٩]. عدم الإفصاح يمكن أن يضلّل المستهلكين ويقوّض الثقة.
- **الصدق والمصادقية:** يجب أن يكون المحتوى الذي يقدمه المؤثرون صادقاً ويعكس تجاربهم وآراءهم الحقيقية حول المنتجات أو الخدمات. ترويج المنتجات بشكل مضلل أو مبالغ فيه يُعد انتهاكاً أخلاقياً [٩].
- **حماية الفئات الضعيفة:** قد يستهدف التسويق عبر المؤثرين فئات ضعيفة مثل الأطفال أو المراهقين، الذين قد يكونون أقل قدرة على التمييز بين المحتوى الإعلاني والمحتوى العادي. يجب على الباحثين والمُسوقين توخي الحذر الشديد عند استهداف هذه الفئات [٩].
- **البيانات الشخصية:** غالباً ما يتضمن التسويق عبر المؤثرين جمع بيانات عن تفاعلات الجمهور. يجب التعامل مع هذه البيانات بمسؤولية، مع احترام خصوصية المستخدمين والالتزام بلوائح حماية البيانات.

تطبيق المبادئ والقضايا الأخلاقية على موضوع البحث .

موضوع البحث الخاص بالطالب: “تكامل تقنيات الذكاء الاصطناعي والتسويق عبر المؤثرين المشاهير في وسائل التواصل الاجتماعي وأثره على تفاعل الجمهور مع العلامات التجارية: دراسة على الشركات ووكالات التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية”، ينقطع مع العديد من التحديات الأخلاقية التي تم استعراضها. يتطلب إجراء هذا البحث التزاماً صارماً بالمبادئ الأخلاقية لضمان صحة النتائج وحماية جميع الأطراف المعنية.

الاعتبارات الأخلاقية في جمع البيانات .

- **الموافقة المستنيرة :** عند إجراء مقابلات أو استبيانات مع ممثلي الشركات، وكالات التسويق، أو المؤثرين، يجب الحصول على موافقة مستنيرة وواضحة. يجب إبلاغهم بأهداف الدراسة، كيفية استخدام بياناتهم، وحقوقهم في الانسحاب في أي وقت [١].
- **جمع البيانات من وسائل التواصل الاجتماعي :** إذا كان البحث يتضمن تحليل محتوى من وسائل التواصل الاجتماعي (مثل تعليقات الجمهور، منشورات المؤثرين)، يجب مراعاة ما يلي:
 - **البيانات العامة مقابل الخاصة :** يجب التمييز بين البيانات المتاحة للجمهور والبيانات الخاصة. البيانات العامة قد لا تتطلب موافقة صريحة، ولكن يجب إخفاء هوية الأفراد قدر الإمكان [٧]. أما البيانات الخاصة، فيجب الحصول على موافقة صريحة من أصحابها.
 - **إخفاء الهوية (Anonymization) :** يجب إخفاء هوية المشاركين أو المستخدمين الذين يتم تحليل بياناتهم من وسائل التواصل الاجتماعي لضمان خصوصيتهم. يجب عدم ربط أي بيانات بشخص معين [١].
 - **حساسية البيانات :** يجب تقييم حساسية البيانات التي يتم جمعها. إذا كانت البيانات حساسة (مثل الآراء الشخصية أو المعلومات التي قد تضر بسمعة الأفراد)، فيجب اتخاذ احتياطات إضافية لحمايتها.

الاعتبارات الأخلاقية في تحليل البيانات باستخدام الذكاء الاصطناعي .

- **التحيز الخوارزمي :** عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات وسائل التواصل الاجتماعي أو تفاعل الجمهور، يجب على الباحث أن يكون واعياً بالتحيزات المحتملة في الخوارزميات أو في بيانات التدريب [٢]. يجب محاولة استخدام نماذج ذكاء اصطناعي شفاف قدر الإمكان، أو تطبيق تقنيات لتقليل التحيز، والإفصاح عن أي قيود في التحليل.
- **الشفافية والقابلية للتفسير :** يجب على الباحث توضيح كيفية عمل أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التحليل، وما هي الافتراضات التي بنيت عليها. يجب أن يكون قادراً على تفسير النتائج التي توصل إليها الذكاء الاصطناعي، وليس مجرد قبولها دون فهم [٢].
- **أمن البيانات :** يجب تخزين البيانات التي يتم تحليلها بواسطة الذكاء الاصطناعي بشكل آمن، مع تطبيق إجراءات حماية قوية لمنع الوصول غير المصرح به أو الاختراق [١].

الاعتبارات الأخلاقية في عرض النتائج .

- **الأمانة العلمية :** يجب عرض النتائج بأمانة ودقة، حتى لو كانت لا تدعم الفرضيات الأصلية. يجب عدم تزوير أو تلفيق أي بيانات [٣].
- **توثيق المصادر :** يجب توثيق جميع المصادر التي تم الاستعانة بها، سواء كانت دراسات سابقة، أو أدوات ذكاء اصطناعي، أو بيانات من وسائل التواصل الاجتماعي، بشكل دقيق ووفقاً لأسلوب التوثيق المعتمد (مثل [1] APA).
- **حماية الهوية :** يجب التأكد من أن عرض النتائج لا يكشف عن هوية أي مشارك أو مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي، خاصة إذا كانت البيانات حساسة [١].
- **المسؤولية الاجتماعية :** يجب على الباحث أن يأخذ في الاعتبار الآثار المحتملة لنتائج بحثه على الشركات، وكالات التسويق، المؤثرين، والجمهور. يجب تقديم توصيات مسؤولة تساهم في تعزيز الممارسات الأخلاقية في التسويق الرقمي [١].

(IRBs) دور لجان أخلاقيات البحث .

تلعب لجان أخلاقيات البحث (Institutional Review Boards - IRBs) دوراً حيوياً في ضمان أن البحوث التي تتضمن مشاركة بشر تُجرى بطريقة أخلاقية ومسؤولة [١]. في سياق البحث الحالي، الذي يتناول تقنيات الذكاء الاصطناعي وجمع البيانات من وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق عبر المؤثرين، يزداد دور هذه اللجان أهمية.

- **المراجعة المسبقة للبروتوكولات:** قبل البدء في أي بحث يتضمن جمع بيانات من البشر (مثل المقابلات، الاستبيانات، أو تحليل بيانات وسائل التواصل الاجتماعي التي قد تكشف عن هويات)، فمن الضروري تقديم بروتوكول البحث إلى لجنة أخلاقيات البحث في الجامعة أو المؤسسة [٣]. ستقوم اللجنة بمراجعة الخطة البحثية لضمان حماية حقوق المشاركين، سرية البيانات، والالتزام بالمعايير الأخلاقية، خاصة فيما يتعلق بجمع وتحليل البيانات من وسائل التواصل الاجتماعي واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. يجب أن يتضمن البروتوكول تفاصيل حول كيفية الحصول على الموافقة، حماية البيانات، والتعامل مع أي مخاطر محتملة [٣].
- **أهمية المراجعة المسبقة:** تضمن لجان أخلاقيات البحث أن يتم تقييم المخاطر المحتملة للبحث بعناية وأن الفوائد المتوقعة تبرر هذه المخاطر. كما أنها تتحقق من أن عملية الموافقة المستنيرة شاملة وواضحة، وأن المشاركين يفهمون تمامًا ما يوافقون عليه [١].
- **دورها في حماية الفئات الضعيفة:** في سياق هذا البحث، قد تشمل الفئات الضعيفة الأطفال أو المراهقين الذين قد يكونون جزءًا من جمهور المؤثرين، أو الأفراد الذين قد لا يدركون تمامًا كيفية استخدام بياناتهم على وسائل التواصل الاجتماعي. تلعب لجان أخلاقيات البحث دورًا حاسمًا في ضمان حماية هذه الفئات [٥].
- **التكيف مع التحديات الجديدة:** يجب على لجان أخلاقيات البحث أن تكون على دراية بالتحديات الأخلاقية الجديدة التي تفرضها التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وجمع البيانات من وسائل التواصل الاجتماعي، وأن تطور إرشاداتها وبروتوكولاتها لمواكبة هذه التحديات [٧].

الخاتمة

في الختام، يتضح أن أخلاقيات البحث العلمي ليست مجرد مجموعة من القواعد الشكلية، بل هي جوهر العملية البحثية التي تضمن مصداقيتها، وتحمي حقوق الأفراد والمجتمعات، وتساهم في تقدم المعرفة بشكل مسؤول. لقد تناول هذا البحث تعريف أخلاقيات البحث العلمي، وأهميتها في بناء الثقة وضمان الجودة، واستعرض المبادئ الأساسية التي تحكمها مثل الأمانة العلمية، النزاهة، الموضوعية، السرية، والموافقة المستنيرة [١] [٢].

كما تم تسليط الضوء على القضايا الأخلاقية الشائعة التي قد تواجه الباحثين، مثل الانتحال العلمي، تزوير البيانات، التحيز، انتهاك الخصوصية، وتضارب المصالح، مع تقديم أمثلة واقعية لتوضيح خطورتها [٣]. الأهم من ذلك، تم التعمق في التحديات الأخلاقية التي يفرضها العصر الرقمي، لا سيما فيما يتعلق بالذكاء الاصطناعي (التحيز الخوارزمي، خصوصية البيانات، الشفافية، الانتحال) ووسائل التواصل الاجتماعي والتسويق عبر المؤثرين (جمع البيانات، الشفافية، الصدق، حماية الفئات الضعيفة) [٢] [٧] [٩].

وأخيرًا، تم تطبيق هذه المفاهيم على موضوع البحث الخاص بالطالب، "تكامل تقنيات الذكاء الاصطناعي والتسويق عبر المؤثرين المشاهير في وسائل التواصل الاجتماعي وأثره على تفاعل الجمهور مع العلامات التجارية: دراسة على الشركات ووكالات التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية"، حيث تم تحليل الاعتبارات الأخلاقية في جمع البيانات، تحليلها باستخدام الذكاء الاصطناعي، وعرض النتائج [١].

إن الالتزام بهذه الأخلاقيات، والاستعانة بلجان أخلاقيات البحث (IRB) والمعايير الدولية مثل دليل APA، يُعد ضرورة قصوى لضمان أن يكون البحث العلمي مساهمة إيجابية وموثوقة في خدمة البشرية والمجتمع [٣]. يجب على الباحثين أن يتبنوا نهجًا استباقيًا في التعامل مع القضايا الأخلاقية، وأن يسعوا باستمرار لتطوير فهمهم للمشاهد الأخلاقي المتغير في ظل التقدم التكنولوجي السريع.

- [1] Drasah. (2025, June 19). ما هي أخلاقيات البحث العلمي؟ دليلك للالتزام الأكاديمي. Drasah.com.
- [2] <https://drasah.com/Description.aspx?id=8659> [2] هيصام نصر الدين. ٢٠٢٤. June 22). أخلاقيات البحث العلمي في عصر الذكاء الاصطناعي: تطبيق Chatgpt وإشكالية السرقة العلمية. مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، ٨(١)، ١١٦٤-١١٨٤. (2025, ١١٨٤-١١٦٤). Drasah. [3] <https://asjp.cerist.dz/en/article/250780> [3] Drasah. (2025, ١١٨٤-١١٦٤). May 4). الأخطاء الأخلاقية في البحث العلمي وطرق تجنبها. Drasah.com.
- [4] <https://drasah.com/Description.aspx?id=8601> [4] Mobt3ath.com. العلمي. https://www.mobt3ath.com/dets.php?page=983&title=%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D9%88%D9%85%D8%A8%D9%88%D8%A7%D8%AF%D8%A6_%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D9%85%D9%8A [5] ١٩٧٩. (المبادئ الأخلاقية والتوجيهات لحماية البشر في البحث. اللجنة الوطنية لحماية البشر في البحوث الطبية الحيوية والسلوكية. (تمت الإشارة إليه في النص الأصلي) [٦] مجلة أوراق ثقافية. (٢٠٢٥، نوفمبر ٢٥). الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات البحث العلمي.
- [7] UKRIO. (<https://www.awraqthaqafya.com/5122/> [7] UKRIO. (*Ethical issues in research using social media*. UK Research Integrity Office. <https://ukrio.org/ukrio-resources/ethical-issues-in-research-using-social-media/> [8] (بلا تاريخ) الخدمات الإلكترونية.
- [9] Buscript. (٩) <https://gmedia.gov.sa/services> (تمت الإشارة إليها كمرجع للضوابط السعودية) [٩] Buscript. (بلا تاريخ). أخلاقيات التسويق الرقمي: التعامل مع البيانات وحماية الخصوصية.
- [10] <https://www.buscript.com/blog/akhlaqyat-altswyq-alrqmy:-altaaml-ma-albyanat-whmayh-alkhswsyh> [NDMO] (*whmayh-alkhswsyh* مرجع غير محدد في النص الأصلي، تم الإبقاء عليه كما هو للإشارة إلى موضوع البحث الخاص بالطالب).