

المسؤولية القانونية للمؤثرين في محتوى الإعلام الرقمي وانعكاساته على سلوك طلاب الثانوية العامة بالرياض

محمد بن عبد الله الشريف

باحث دكتوراه، الإعلام الرقمي وتكنولوجيا الاتصال، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية، البحرين
Ma.shareef@hotmail.com

كاظم مؤنس عزيز

أستاذ دكتور، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية، البحرين

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف أثر المسؤولية القانونية للمؤثرين في محتوى الإعلام الرقمي على سلوك طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، وذلك في ضوء تزايد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتم اختيار عينة عشوائية مكونة من 80 طالباً وطالبة من مختلف مناطق الرياض، واعتمدت على أداة الاستبيان لجمع البيانات من الطلاب. أظهرت النتائج أن للمؤثرين تأثيراً واضحاً على سلوك الطلاب من حيث طريقة التفكير والتفاعل والتقليد، كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التأثير حسب النوع الاجتماعي لصالح الإناث، وكذلك حسب المرحلة الدراسية. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الرقابة الأسرية والمدرسية، ونشر الوعي القانوني والإعلامي بين الطلاب، وتنظيم المحتوى الذي يُنشر على المنصات الرقمية بما ينسجم مع القيم التربوية والاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: المؤثرون، الإعلام الرقمي، المسؤولية القانونية، طلاب المرحلة الثانوية، السلوك الطلابي، المحتوى الرقمي، القوانين الإعلامية.

The Legal Responsibility of Influencers in Digital Media Content and its Impact on the Behavior of High School Students in Riyadh

Mohammed bin Abdullah Al-Sharif

PhD Researcher, Digital Media and Communication Technology, College of Arts and Sciences,
Ahlia University, Bahrain
Ma.shareef@hotmail.com

Kazem Mounes Aziz

Professor, College of Arts and Sciences, Ahlia University, Bahrain

Abstract

This study aims to explore the impact of the legal liability of digital media influencers on the behavior of high school students in Riyadh, in light of the increasing influence of social media in shaping attitudes and behaviors. The study used a descriptive survey approach, selecting a random sample of 80 male and female students from various areas of Riyadh. A questionnaire was used to collect data from the students. The results showed that influencers have a clear impact on student behavior in terms of thinking, interaction, and imitation. There were also statistically significant differences in the degree of influence by gender, in favor of females, and by academic level. The study recommended strengthening family and school oversight, spreading legal and media awareness among students, and regulating content published on digital platforms in a manner consistent with educational and social values.

Keywords: Influencers, Digital Media, Legal Responsibility, High School Students, Student Behavior, Digital Content, Media Laws.

مقدمة الدراسة

بات المؤثرون على وسائل الإعلام الرقمي يشكلون تأثير كبيراً في توجيه سلوك الشباب، خاصة طلاب المرحلة الثانوية، مما يستدعي دراسة أعمق لتأثيرهم على هذه الفئة العمرية. وفي ظل معطيات هذا الشأن، اكتسب

المؤثرون زخمًا كبيرًا حتى الآن لما ينشرونه من محتوى يثير جدل الكثير من طبقات المجتمع، ومن خلال منصات الوسائط الرقمية، لذلك لهم تأثير كبير على جمهورهم أثناء تفاعلهم معهم، وإبداء آرائهم. وبالنظر الى واقع اليوم وتزايد اهتمام الأفراد في المجتمعات الحديثة، فان للمحتوى الرقمي للمؤثرين دور فعال في تشكيل آراء الجمهور والذي قد يوجههم نحو قنوات متعددة مهما كانت إيجابية أو سلبية. ولا شك أن مسؤوليتهم القانونية تجاه محتوهم المطروح تلعب دورًا رئيسيًا في بناء الرأي العام والسلوكيات داخل أبناء المجتمع. حيث أن قدرة المؤثرين على تشكيل رأي من يتابعهم أصبحت ظاهرة مجتمعية، اكتسبت اهتمامًا كبيرًا في المجتمع ككل وأيضًا بين صناع القرار الذين بدأوا الآن يدركون القوة التي يمارسها هؤلاء المؤثرون عبر المنصات الرقمية. ولذلك، يؤكد مثل هذا البحث على أهمية القضية المعطاة والتي سوف يتم دراستها بتفاصيل كبيرة وباهتمام كبير.

في هذا السياق، وفي المملكة العربية السعودية تحديدًا، هناك قلق متزايد بشأن التأثيرات الكبيرة والمعلومات المقدمة التي قد يخلفها محتوى المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي على مواقف وسلوك طلاب المدارس الثانوية، وهي فئة عمرية حساسة قد تتأثر بشكل كبير بكل ما يتعرضون له. حيث في هذه المرحلة من حياتهم، عادة ما يشعر الناس والمجتمع ككل بالحساسية والتأثر الشديد فيما يتعلق بالاتجاهات والأفكار والحياة التي يتابعونها عبر الإنترنت والمنصات الرقمية.

وبالتالي، ستقدم هذه الدراسة بحثًا نقديًا للمسؤولية القانونية التي يتحملها هؤلاء المؤثرون تجاه نشر المحتوى، والذي يجب أن يظل ضمن حدود تصميمه، التوقعات الأخلاقيات والقوانين المقبولة والتي تملئها قوانين وعادات المجتمع. كما يشير العنوان كذلك، أن الدراسة ستسلط الضوء إلى استكشاف انعكاسات محتوى الإعلام الرقمي على سلوك طلبة الثانوية العامة وعلى وجه التحديد في مدينة الرياض.

مشكلة الدراسة

أظهرت العديد من الدراسات أن الإعلام الرقمي من أبرز الوسائل الإعلامية التي توفر المعلومات والمعرفة العامة والسياسية لعامة الناس وخاصة الشباب، حيث بينت الإحصاءات أن عدد من يستخدم الإنترنت في السعودية بلغ (30.25) مليون شخص، وأن عدد حسابات مواقع التواصل الاجتماعي النشطة نحو 25 مليون حساب، وكذلك ارتفع عدد مستخدمي الإنترنت في المملكة خلال العام 2017 إلى نحو (8) ملايين شخص بارتفاع بنسبة 34%، وارتفع عدد مستخدمي تطبيقات التواصل الاجتماعي الفعاليين إلى نحو (6)

ملايين خلال العام 2017 بنسبة % 32، إضافة إلى ارتفاع عدد الهواتف الذكية بنحو (2) مليون هاتف بما يعادل %12. (الصبيحي، 2018).

كما لا يمكن القول بان محتوى الاعلام الرقمي العامل الأساس في احداث التغيير في المجتمعات، ولكنه يلعب دورا مهما في تحريك وتهيئة الظروف اللازمة لمتطلبات ذلك التغيير، ويكون ذلك من خلال تعزيز الوعي في نظرة أبناء المجتمع حول مجتمعاتهم والعالم من حولهم.

إن مشكلة الدراسة ستسلط الضوء حول فهم وتحليل الجوانب القانونية المتعلقة بنشاط المؤثرين (صناع المحتوى) على منصات الإعلام الرقمي، وخصوصاً مدى التزامهم بالقوانين والضوابط التي تحكم المحتوى الذي يقدمونه وتأثير هذا المحتوى، وكذلك المستوى الذي قد يؤثر به على سلوك فئات الطلاب في المدارس الثانوية، حيث أن هذه الفئة العمرية أكثر عرضة لتأثير محتوى الوسائط الرقمية، والتي أصبحت جزء هام لا يمكن التنازل عنه في حياتهم اليومية. وهذا يعني ببساطة أنه مع زيادة استخدام الشباب لهذه المواقع للتوجيه والمعلومات، أصبح من الضروري أن يكون المحتوى الذي يقدمه المؤثرون وفقاً للقيم المجتمعية وأن يتبعه دائماً ضوابط قانونية محددة.

وبناء على ما تقدم، يمكن تحديد وتلخيص مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس التالي: ماهية المسؤولية القانونية للمؤثرين في محتوى الاعلام الرقمي وانعكاساتها على سلوك طلبة الثانوية العامة في مدارس الرياض؟

فرضيات الدراسة

استناداً إلى مشكلة وأهداف الدراسة، تم صياغة الفرضيات التالية:

1. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمسؤولية القانونية للمؤثرين في محتوى الإعلام الرقمي على سلوك طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض.
2. يوجد فرق ذو دلالة إحصائية في درجة تأثر طلاب المرحلة الثانوية بالمؤثرين في الإعلام الرقمي يُعزى إلى النوع الاجتماعي (ذكور – إناث).
3. يوجد فرق ذو دلالة إحصائية في سلوك طلاب المرحلة الثانوية الناتج عن تأثير المؤثرين، يُعزى إلى المرحلة الدراسية (أول ثانوي، ثاني ثانوي، ثالث ثانوي).
4. تختلف دوافع استخدام طلاب المرحلة الثانوية لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف مجالات اهتمامهم على منصات الإعلام الرقمي.

5. يساهم محتوى المؤثرين الذي يتسم بالمسؤولية القانونية في تعزيز سلوك إيجابي لدى طلاب المرحلة الثانوية.

أهداف الدراسة

تأمل هذه الدراسة تحقيق مجموعة من أهداف من شأنها أن تساعد على إرساء ديناميكية واضحة بين مؤثرين الاعلام الرقمي ومحتواهم مع سلوكيات طلاب المدارس الثانوية والشباب المستهدفين بهذه المحتويات الرقمية. علاوة على ذلك، تسعى إلى تحليل التنظيم القانوني الحالي لمثل هذا المحتوى في المملكة العربية السعودية. حيث يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في:

معرفة المسؤولية القانونية للمؤثرين في محتوى الاعلام الرقمي وانعكاساتها على سلوك طلبه الثانوية العامة في مدارس الرياض.

ويتفرع من الهدف الرئيسي، الأهداف الفرعية التالية:

1. معرفة وعي والتزام المؤثرين بالقوانين واللوائح الداخلية المتعلقة بالمحتوى الرقمي في المملكة العربية السعودية.
2. معرفة مدى تأثير صناع المحتوى (المؤثرون) والمحتوى الرقمي على سلوك وقيم طلاب مدارس الثانوية في الرياض
3. معرفة التحديات التي تواجه الجهات المختصة في المملكة العربية السعودية لتنظيم محتوى الإعلام الرقمي وضبطه.
4. معرفة القوانين واللوائح المحلية السعودية التي تنظم المحتوى الرقمي الذي ينشره المؤثرون.
5. تحديد الإجراءات والتدابير المناسبة لتعزيز المسؤولية القانونية للمؤثرين، لضمان حماية الطلاب من المحتويات الرقمية السلبية.

أهمية الدراسة

هناك زوايا كثيرة يراها الباحث لأهمية هذه الدراسة، من حيث أهميتها العلمية والعملية. حيث تركز الدراسة على موضوع بالغ الأهمية وهو: المسؤولية القانونية التي من شأنها أن تؤثر إيجاباً على محتوى مؤثرو الاعلام الرقمي والحد من تأثيره السلبي على طلاب الثانوية العامة، الذين هم من بين الأكثر تأثراً بوسائل الاعلام الرقمي ومحتواها. وتنطلق هذه الأهمية للباحث في هذه الدراسة من جانبين هامين هما:

أ. الأهمية العلمية:

- سد الفجوة الموجودة في تأثير المحتوى الرقمي للمؤثرين وكذلك الإشارة إلى فجوات كبيرة في كيفية تنظيم القوانين لهذا التأثير.
- تؤكد على مدى أهمية القوانين والضوابط في التحكم في تأثير صناعات المحتوى (المؤثرون).
- تركز على تقييم الأنظمة القانونية الحالية في المملكة العربية السعودية وتقييم فعاليتها في تنظيم المحتوى الرقمي المتاح.
- تساهم هذه الدراسة في تقديم رؤى جديدة لمجموعة الدراسات الحالية وهي إضافة نوعية للأدبيات الأكاديمية الموجودة في مجال الاعلام الرقمي والمؤثرون والتأثير الاجتماعي وكذلك القانون.

ب. الأهمية التطبيقية:

- اسهامها في إعطاء نظرة واضحة وواقعية لظاهرة اجتماعية منتشرة يعيشها طلاب المدارس في المملكة العربية السعودية بصفة عامة، ومدارس الثانوية في منطقة الرياض بصفة خاصة.
- تقدم هذه الدراسة اقتراحات عملية قد تعمل على تحسين المسؤولية القانونية للمؤثرين وتوجيه الطلاب نحو استهلاك أكثر تفكيراً وانتقاداً للمحتوى الرقمي وكيفية الاستفادة منه بشكل ايجابي.
- النتائج والتوصيات التي سوف تتوصل اليها هذه الدراسة والمقترحات، التي يمكن لها أن تساعد متخذي القرار وأولياء الأمور والمؤسسات التعليمية في اتخاذ الإجراءات المناسبة لتعزيز وعي الطلاب الى التوجيه المطلوب، وتقديم الحلول المناسبة حول كيفية استخدام وسائل ومحتوى الاعلام الرقمي والابتعاد عن المحتويات ذات التأثيرات السلبية عليهم.

حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: المسؤولية القانونية، محتوى الاعلام الرقمي، سلوك الطلبة الجامعيين
- الحدود الزمنية: تم إجراء هذا البحث في الفصل الدراسي الأول من العام 2024/1446
- الحدود المكانية: المدارس الثانوية العامة بالرياض سواء الحكومية أو الخاصة.

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها

المسؤولية القانونية:

التعريف الاصطلاحي: المسؤولية القانونية هي الإلزام الذي يقع على عاتق شخص ما نتيجة لارتكابه فعلاً أو إهماله لفعل ما، مما تسبب في ضرر أو إخلال بحقوق الغير. بمعنى آخر، هي المسؤولية التي يفرضها القانون على الفرد عن الأضرار التي يتسبب فيها لغيره. (مغاري، 2018، ص72)

التعريف الإجرائي: تتعلق المسؤولية القانونية للمؤثرين في الإعلام الرقمي بمجموعة من القوانين واللوائح التي تنظم نشاطاتهم وتأثيراتهم على الجمهور، وفي ظل التطور السريع للإعلام الرقمي، أصبح للمؤثرين دور كبير في تشكيل الرأي العام، مما يفرض عليهم مسؤوليات قانونية متعددة.

المؤثرين:

المؤثرون هم أفراد يمتلكون قدرة على التأثير في آراء وسلوكيات الآخرين من خلال منصات التواصل الاجتماعي، ويتمتع هؤلاء الأفراد بشعبية كبيرة ولديهم عدد كبير من المتابعين، مما يجعل محتوهم قادرًا على الوصول إلى جمهور واسع (دكروري، 2022).

التعريف الإجرائي: يقصد الباحث بالمؤثرين هم كل من يستخدم منصات الإعلام الرقمي لصناعة محتوى يهتم توجهاته وقناعاته ويملك عددا من المتابعين المتأثرين بطريقته ومحتواه ويتفاعلون معه باستمرار.

الإعلام الرقمي:

التعريف الاصطلاحي: الإعلام الرقمي هو مجموعة من الوسائل والمنصات التي تستخدم التكنولوجيا الرقمية لنشر وتوزيع المعلومات والمحتوى، ويشمل هذا المفهوم مجموعة واسعة من الأدوات، مثل المواقع الإلكترونية، المدونات، منصات التواصل الاجتماعي، والبودكاست، وغيرها من الوسائط التي تعتمد على الإنترنت (عيساوي وآخرون، 2021).

التعريف الإجرائي: يعرف الباحث هنا الإعلام الرقمي بأنه منصات التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة بالمملكة العربية السعودية وهي على سبيل المثال لا الحصر تطبيق التيك توك والسناپ شات والإنستقرام وتطبيق جاكو.

المحتوى الرقمي:

التعريف الإجرائي: هو كل نوع من المعلومات او المحتوى الذي يتم انتاجه ونشره عبر الوسائل الرقمية ويشمل هذا المحتوى مجموعة واسعة من الاشكال والانواع (النصوص، الصور، الفيديوهات، الصوت، التطبيقات) ويمكن الوصول اليه من خلال الأجهزة الالكترونية عبر الانترنت.

السلوك:

التعريف الاصطلاحي: مجموعة من الأفعال والتصرفات السلوكية التي يقوم بها الفرد او الجماعة في مواقف معينة حيث يعبر السلوك عن كيفية استجابة الافراد للمؤثرات البيئية او الداخلية او الخارجية وقد يكون سلوك إيجابيا او سلبيا سواء كان سلوك ظاهر او غير ظاهر، اجتماعي او فردي. (علي، 2023، ص82)

التعريف الإجرائي: يعرف الباحث السلوك بأنه كافة التصرفات والعادات والمتأثرة بالمحتور الرقمي الذي يتعرضون له الشباب خلال متابعة مؤثر أو مجموعة من المؤثرين الذي يعتبره مصدرا للإعجاب به وبمراقبة حياته اليومية.

الإطار النظري للدراسة

تنطلق الدراسة الحالية من هدف رئيسي يدور حول آليات تداول المحتوى الرقمي من قبل المستخدمين له من فئة المؤثرين، تلك الفئة التي اجتاحت مواقع التواصل الاجتماعي منذ بداية ظهور تكنولوجيا المواقع الرقمية وسائل التواصل كبديل إعلامي يُسمى الإعلام الرقمي، وبدأت تلك الفئة تأخذ موقف الصدارة في البحث، حيث اعتبارها بعض الشباب من الجمهور المتلقي نموذج يحتذى به، فيما قيلوا وكيف يقدموا من محتوى، وما هدف هذا المحتوى وما تبعاته، غاضين الطرف عن ما يتحمل على عاتقهم من مسئولية قانونية وهذا ما دفع إلى وضع قوانين تتعلق بكيفية تداول الإعلام الرقمي وآليات ضبطه.

واستناداً على ما سبق، سيتم تناول هذا الفصل في إطار ثلاثة محاور رئيسية وهي كالآتي:

- المحور الأول: "الأطر النظرية المستخدمة".
- المحور الثاني: "ماذا تشكل المسؤولية القانونية للمؤثرين في محتوى الإعلام الرقمي".
- المحور الثالث: "عرض النظريات التي تتكفل إطار المسؤولية القانونية للمؤثرين في محتوى الإعلام الرقمي".

المحور الأول: الأطر النظرية المستخدمة

كون الاستخدام غير المُدرك لمواقع التواصل الاجتماعي واعتبارها منصة بغير قيود وتدول المحتوى الرقمي بشكل أكثر سهولة وسرعة في التقاط الهدف مجموعة من المخاطر، مما دفع بعض الدول فرض مجموعة من القوانين التي قد تساعد في الحد من انتشار إي محتوى قد يسبب أضرار مجتمعية كإثارة الفتن وزعزعة الاستقرار الدولي والمحلي وتهديد الأمن الاقتصادي، إلا أن إطار التواصل الاجتماعي الكبير والمساحة الكونية الافتراضية التي أخذتها لها واسعة المدى والانتشار قيدت قدرة الدول على محاصرة ما بهذه الوسائل من محتوى رقمي سلبي نتيجة لتوظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي في بث آلاف الأخبار عبر حسابات وهمية ومستعارة ودعايات مبرمجة جعلت من الخيار القانوني أداة ليست فعّالة بشكل مُرضي وكبير لحل المشكلات الرقمية.

وقد تبني عدد من علماء الاتصال والباحثين مجموعة أطر نظرية فلسفية تنطلق من مفهوم التربية الإعلامية لتركز على توعية المجتمعات والأفراد، وتعمل على تنمية التفكير النقدي لديهم وتعزيز دور الوساطة بينهم، تنطوي تلك الأطر من توقع وجود أبنية معرفية ترتبط بعضها بالمحتوى الرقمي وآلية التفاعل معه، ويرتبط البعض منها الآخر بالمتلقي ومدى امتلاكه لمهارات التفكير النقدي (مكاوي، وآخرون، 2021).

وبوجه عام تلك الأطر النظرية تُبني على فرضية رئيسية مفادها أن "امتلاك الأفراد للمهارات الأربع للتربية الإعلامية الرقمية التي تتمثل في مهارة الوصول والتحليل والتقييم وإنتاج المحتوى، يقلل من الآثار السلبية للمحتوى الرقمي الذي يتم تداوله على منصات التواصل الاجتماعي، وشُكلت تلك الأطر النظرية من مدارس بحثية متنوعة في تفسير تلك الفرضية الرئيسية، في إطار المدرسة المعرفية قدم الباحث "James Potter" النموذج الإدراكي للتربية الإعلامية والذي انطلق ليشير إلى أهمية مدركات الأفراد في تشكيل اتجاهاتهم وسلوكهم، و بالتالي تمكينهم من التحكم في أي تأثيرات للمحتوى الضار عبر شبكات التواصل الاجتماعي (Potter, 2004)).

بينما أشار عدد آخر من علماء الاتصال في إطار المدرسة السلوكية إذ قدمت الباحثة "Renee Hobbs" أطر نظرية تدعى نموذج التحصين أو اللقاح، إذ ينطلق من البعد التأثيري فيركز على فعالية الوساطة النشطة، والوساطة بالمشاركة في توعية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وبالتحديد التركيز على صغار السن باعتبارهم متلقين سلبيين لا يستطيعوا إزالة الغموض وكشف دلالات النصوص أو الصور والفيديوهات المعروضة، والتعرف على اتجاهات وإيديولوجيات المحتوى الإعلامي المقدم لهم.

وأشير إلى نموذج قدمه الباحث "Rogers" آخر وهو الإطار التفاعلي أو التشاركي في إطار المدرسة البنائية، تحت مسمى دافع الحماية، اعتمد عليه لمنهجية تفسير تفاعل مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي مع النداءات التي تدعو للخوف ويثيرها المحتوى الرقمي الضار ((Rogers,2005).

المحور الثاني: ماذا تشكل المسؤولية القانونية للمؤثرين في محتوى الإعلام الرقمي وماهيتها ومضمونها

يشهد العالم اليوم تطورات تكنولوجية سريعة، ونتيجة لذلك أصبحت جوانب التحول والانتقال الرقمي من السمات المميزة للمجتمع الحديث. أصبحت مصطلحات "التضليل الإعلامي" و"الشائعات الرقمية" و"المحتوى الرقمي المزيف" أكثر استخدامًا مما كانت عليه في الماضي بسبب صعود وسائل التواصل الاجتماعي وتنوع تطبيقاتها. حدث هذا في نفس الوقت الذي تطورت فيه فكرة النشر، حيث أصبحت عملية بسيطة نسبيًا بسبب الافتقار إلى اللوائح وغموضها. تُظهر العديد من الأبحاث التي قيمت هذا الإطار كيف أثرت سهولة استخدام منصات التواصل الاجتماعي على تبادل المعلومات الكاذبة في محاولة لتعزيز الأهداف السياسية والأيدولوجية والمالية (Lou,2019)

لقد أصبح تنظيم الإعلام بكافة قطاعاته كمهنة ووظيفة وأسلوب حياة على أسس جديدة تتناسب مع العصر أمراً حيوياً في عالم أصبح فيه كل مواطن قادراً على الوصول إلى وسائل الإعلام منخفضة التكلفة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، ومن المعروف أن صعود وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، إلى جانب الاتصالات الرقمية، جعل العالم قرية صغيرة. لقد أصبح العالم الآن غرفة صغيرة بدلاً من قرية صغيرة، وعلى مدى السنوات القليلة الماضية، تفاعل الاتحاد الدولي للصحفيين والاتحادات الإقليمية والنقابات مع هذه الظاهرة المتمثلة في نشر المعلومات الكاذبة، وإحداث الفتن، وتعريض الاستقرار والأمن الوطني للخطر، وقد تم عقد العديد من التجمعات والمؤتمرات لتحديد كيفية التعامل مع هذه الظاهرة.

أولاً: مفهوم الإعلام الرقمي:

يشير إلى "مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية، الوسائط المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت"، ويتيح الإنترنت للإعلاميين فرصة واضحة لتقديم المواد الإعلامية المختلفة بطريقة ذكية (Roy,2017).

الإعلام الرقمي يشكل الوسائل والتقنيات الإلكترونية المختلفة التي تستخدم في تقديم ونشر المواد الإعلامية باختلاف أشكالها، بطريقة إلكترونية من خلال شبكات الاتصال العامة، السلكية أو اللاسلكية، سواء باستخدام شبكة الإنترنت أو شبكات الهاتف المحمول أو غيرها من الشبكات (البيومي، 2023).

وشير مصطلح المسؤولية القانونية إلى الالتزام الذي يتحمله الشخص أو الكيان بموجب القانون عن أفعاله أو عدم تصرفه، يمكن أن تنشأ المسؤولية القانونية من مصادر مختلفة، مثل العقود أو الأضرار أو القوانين أو اللوائح أو القانون العام، يمكن أن يكون للمسؤولية القانونية عواقب وخيمة على الأعمال التجارية عبر الإنترنت، مثل الخسائر المالية أو الإضرار بالسمعة أو العقوبات القانونية أو حتى التهم الجنائية. لذلك، من الضروري أن تكون الشركات عبر الإنترنت على دراية بالمصادر والمخاطر المحتملة للمسؤولية القانونية وأن تتخذ التدابير المناسبة لحماية نفسها وعملائه (البيومي، 2023).

ثانيا: الضوابط القانونية المنظمة للإعلام الرقمي:

توسعت قوانين تنظيم الإعلام والصحافة في تحديد ماهي وسائل الإعلام التي تخضع لأحكامه، ومن ثم اتسع، وامتد ليصل إلى جميع الكيانات والمؤسسات الإعلامية والوسائل الصحفية والمواقع الإلكترونية.

أشارت المادة (19) من الدستور المصري جاءت صريحة بشأن حظر الصحف والوسائل الإعلامية والموقع الإلكتروني من نشر أخبار كاذبة أو ما يدعو للتحريض على مخالفة القانون أو العنف أو خطاب الكراهية، أو ينطوي على تمييز بين المواطنين أو يدعو إلى التعصب والعنصرية أو يضمننا طعنًا في أعراض الأفراد أو سب أو قذف أو امتهان للأديان السماوية والعقائد الدينية.

ويجبر قانون الخدمات الرقمية الأوربي شركتي ميتا وجوجل الأمريكيتين على مكافحة المعلومات المضللة وتقييد بعض الإعلانات عبر الإنترنت، فبتاريخ (11 / 7 / 2022)، أعلنت ميتا شركة فيسبوك عن أداة ذكاء اصطناعي جديدة لمحاربة الأخبار الكاذبة الأداة التي أطلقت عليها الشركة اسم "Sphere" تعتمد على البيانات المفتوحة والمتوفرة على الإنترنت لمصادقة المعلومات التي يتم نشرها على منصاتها، وستعتمد في البداية على البيانات المتوفرة في منصة ويكيبيديا والتي لديها موسوعة من 6.5 ملايين مقالة ويتم إضافة نحو 17 ألف شهرًا (البيومي، 2023).

المحور الثالث: النظريات التي تتكفل إطار المسؤولية القانونية للمؤثرين في محتوى الإعلام الرقمي

نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام:

يرى أصحاب هذه النظرية أن حرية الإعلام، وإن كانت حقًا أساسيًا، إلا أنها تأتي مصحوبة بمسؤولية تجاه المجتمع. لذا، يجب على وسائل الإعلام أن تلتزم بمعايير مهنية عالية تضمن تقديم معلومات صحيحة وموضوعية ومتوازنة. هذه المعايير، مثل الصدق والدقة، لا تتعارض مع الحرية الإعلامية بل تعززها وتضمن ممارستها بشكل مسؤول.

يجب أن تكون وسائل الإعلام متعددة، تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال توفير الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما يحق للجمهور العام أن يتوقع مستويات عالية من الأداء من وسائل الإعلام.

الهدف من هذه الفلسفة هو الارتقاء بالصراع إلى مستوى الخطاب الموضوعي النزيه. بالإضافة إلى الأهداف الاجتماعية الأخرى، تسعى هذه الفكرة إلى الإعلام والتسلية وكسب المال، وهي تحظر نشر أو عرض أي شيء يشجع على الجريمة أو العنف أو يؤثر سلبيًا على الأقليات في أي مجتمع من قبل وسائل الإعلام. بالإضافة إلى ذلك، تحظر وفقًا لهذه الآراء، يمكن أن يمتلك القطاع العام والخاص وسائل الإعلام، لكنهم يروجون لملكية القطاع الخاص لوسائل الإعلام لأنها تتدخل في الحياة الخاصة للناس، ولأنها تقوم على إيجاد التوازن بين الحرية والمسؤولية، فإن نظرية المسؤولية الاجتماعية تسعى إلى تعديل أو تكييف مبادئ حرية الإعلام وتوجيهها لخدمة المجتمع في إطار أخلاقيات العمل المهني والأدوات التي تجسد في نهاية المطاف أسلوبها الذي يخدم حرية الفرد والمجتمع معًا، وهي تفعل ذلك من خلال إضافة مبادئ جديدين إلى مبادئ نظام الإعلام الليبرالي، وهما ضرورة وجود التزام ذاتي من جانب العاملين في مجال الإعلام، ويجب على العاملين في مجال الإعلام اتباع مجموعة من المبادئ الأخلاقية التي تسعى إلى إيجاد التوازن بين حرية الإعلام والمصالح المجتمعية، وعلاوة على ذلك، فإن وسائل الإعلام لديها مسؤولية مدنية في الإبلاغ عن الأحداث الجارية (خيرالله، 2024).

الدراسات السابقة

دراسة (علاني وآخرون، 2024) بعنوان: تحليل إشباعات متابعي المؤثرين عبر إنستغرام وتحليل أنماط المحتوى وتأثيرها على سلوكيات المتابعين الفلسطينيين، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل الدوافع الكامنة وراء متابعة طلبة الإعلام في جامعة الخليل للمؤثرين على منصة إنستغرام، وتحديد أنواع المحتوى التي تجذبهم بشكل خاص، وكيف يؤثر ذلك على سلوكهم الإعلامي. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي وأداة الاستبانة لتقييم هذه العلاقة، مستندة إلى نظرية الاستخدامات والإشباع، وتوصلت إلى نتائج رئيسية، تبين أن المحتوى الترفيهي هو الجزء الأكبر من اهتمام طلاب الإعلام بنسبة 61%، في حين جاءت المرتبة الأخيرة لصالح المحتوى الإخباري بنسبة 18%. وأما المحتوى التعليمي فيحظى بنسبة اهتمام تجاوزت 30%، وفي سياق آخر، تم التأكد من أن المحتوى القصصي يعتبر الأكثر جذبا بين الطلبة، حيث يصل اهتمامهم بها إلى ذروته. في حين يبدو أن المحتوى على شكل "منشورات الصور" يحظى بأقل قدر من الاهتمام، وفي إطار الإشباع المتحققة، أظهرت النتائج أن التعرض الكبير للإنستغرام يتم بغرض كسر روتين الحياة اليومية وقضاء وقت ممتع، بالإضافة إلى تحقيق الترفيه والمتعة، كما أظهرت الدراسة أن المتابعة لها دوراً في رفع الوعي والمعرفة، وكذلك إلى تقديم محتوى إخباري يهم الطلاب.

دراسة (عدوان، 2023) بعنوان "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الطلابي"، هدفت الدراسة إلى معرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الطلابي، من خلال التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية لتطبيقات التواصل الاجتماعي على السلوك الطلابي، والتعرف على الدور المطلوب من الأسرة والمؤسسة التعليمية في ضبط سلوك الطلبة وتوجيهه وصقل شخصياتهم الوطنية. استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقام بتصميم أداة الدراسة المتمثلة في استبانة مكونة من (18) فقرة، تم توزيعها على (110) مبحوث، حيث تكون مجتمع الدراسة من طلبة المرحلة الثانوية والجامعيين في محافظات الضفة الغربية، وتم اختيار العينة بالطريقة العشوائية من مختلف محافظات الضفة الغربية. أظهرت الدراسة مجموعة من النتائج أهمها أن أهم الآثار الإيجابية الاستخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي هي الحصول على معارفه معينة وعلوم جديدة، وأنها تستخدم لرفع التفكير الإبداعي، وأن أهم سلبيات استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي على السلوك الطلابي هو استخدامها لمجرد إضاعة الوقت، وأنها تؤثر على عملية التواصل في المناسبات الاجتماعية. أوصت الدراسة بضرورة غرس القيم الأخلاقية في نفوس النشء منذ الصغر، وتكثيف حملات التوعية بأضرار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة بين الشباب، وذلك لمواجهة التحديات التي يطرحها التطور التكنولوجي والاستفادة منه بشكل إيجابي

دراسة (القحطاني، 2023) بعنوان: تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على منظومة القيم لدى طالبات المرحلة المتوسطة بمدينة تبوك من وجهة نظر أولياء أمورهنّ (تيك توك أنموذجًا)، هدف هذه الدراسة إلى دراسة التأثير الذي يتركه تطبيق تيك توك على القيم الأخلاقية والاجتماعية لدى طالبات المرحلة المتوسطة في مدينة تبوك، وذلك من وجهة نظر أولياء الأمور. وقد تم اعتماد المنهج الوصفي المسحي في هذه الدراسة، واستخدام استبانة كأداة لجمع البيانات من عينة مكونة من 378 ولي أمر لطالبات في المرحلة المتوسطة بمدينة تبوك. أظهرت نتائج الدراسة أن أولياء الأمور يرون بشكل عام أن لتطبيق تيك توك تأثيرًا متوسطًا على قيم بناتهم. وعند تفصيل الأبعاد المختلفة للقيم، وجد أن تيك توك يؤثر بشكل أكبر على القيم الاجتماعية، ثم يأتي بعد ذلك تأثيره على القيم الأخلاقية، وأخيرًا تأثيره على القيم الشخصية. كما كشفت الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أولياء الأمور حول تأثير تيك توك بناءً على الوضع الوظيفي، حيث يرى الموظفون تأثيرًا أكبر للتطبيق مقارنة بفئات أخرى. في حين لم تُظهر النتائج فروقًا ذات دلالة إحصائية بناءً على جنس ولي الأمر أو مستواه التعليمي. وبناءً على هذه النتائج، توصي الدراسة بضرورة تفعيل دور الأسرة في مراقبة ما يشاهده الأبناء على تطبيق تيك توك، وتوعيتهم بمخاطر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام، وذلك من خلال عقد دورات تدريبية في المدارس والمؤسسات المختلفة، وكذلك من خلال التعاون مع وسائل الإعلام.

دراسة (لاشين، 2023) بعنوان "تأثير التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي على إدراك قضية التعصب الرياضي"، والتي اهتمت بالتعرف على تأثير التعرض لصفحات المؤثرين في المجال الرياضي في شبكات التواصل الاجتماعي على إدراك قضية التعصب الرياضي لدى عينة من الجمهور المصري، بعد أن ازدادت حدة قضية التعصب الرياضي في الفترة الأخيرة التي بدأت تشهد العديد من الوقائع غير المألوفة على مستوى الرياضة المصرية سواء التي تبدأ من تصريحات مسؤولي ولاعبى الأندية غير اللائقة، أو على مستوى جماهير الأندية، والاحتكاكات التي تحدث بين الجماهير، والتذمر ضد قرارات الحكام وغيرها من مظاهر التعصب الرياضي. واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة عمدية قوامها 300 مفردة من الجمهور المصري حيث تم تطبيق الاستبيان الإلكتروني عليهم من خلال مجموعات الفيس بوك والواتساب.

دراسة (دكروري، 2022) بعنوان: تأثير أبعاد مصداقية المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي على اتصال العلامة بالذات (دراسة تطبيقية)، وقد كان الغرض من هذه الدراسة هو فحص كيفية تأثير مصداقية المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي على قابلية العلامة التجارية للتطبيق الذاتي على متابعي هؤلاء

المؤثرين، وشكل 397 شخصًا حجم العينة، وتم إنشاء استطلاع رأي عبر الإنترنت مصمم خصيصًا لاحتياجات الدراسة باستخدام محرك بحث Google Drive لجمع آرائهم، تم إدخال البيانات والوصول إلى نتائج الدراسة باستخدام أداة Warp PLS.8، كما تم قياس العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين متغيرات الدراسة باستخدام نموذج نمذجة المعادلات الهيكلية، وقد بينت نتائج الدراسة تأثير أبعاد المصادقية لدى المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي على اتصال العلامة بالذات، كما توصلت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي إيجابي لأبعاد المصادقية لدى المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي (الخبرة ، الجدارة بالثقة ، التشابه) على اتصال العلامة بالذات، كما أيضا توصلت هذه الدراسة إلى نفي وجود التأثير المعنوي لجاذبية المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي على اتصال العلامة بالذات.

دراسة (السلمي، 2022) بعنوان "دور برامج المشاهير على اليوتيوب ودورها في تنمية القيم الأخلاقية لدى طلاب جامعة جدة"، والتي هدفت إلى التعرف إلى معوقات الاستفادة من برامج المشاهير على منصة اليوتيوب في تنمية القيم والأخلاق، وكذلك المقترحات الممكنة للاستفادة من برامج المشاهير على منصة اليوتيوب في تنمية القيم الأخلاقية لدى الطلاب في جامعة جدة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وأداة جمع البيانات والمعلومات المتصلة بها، وتكونت عينة الدراسة من (450) طالباً من طلاب جامعة جدة، وقد أظهرت النتائج أن (42.4%) من طلاب جامعة جدة يستخدمون اليوتيوب بشكل منتظم، و(42.4%) يستخدمونه أحياناً وعلى فترات متقطعة، بينما ما نسبته (12%) نادراً ما يستخدمون موقع اليوتيوب، وأن مشاهير العرب على اليوتيوب كانوا الأكثر متابعة من قبل عينة الدراسة بنسبة (32%)، وأخيراً مشاهير اليوتيوب السعوديين بنسبة (27%).

دراسة (عيساوي، وآخرون، 2021) بعنوان: تأثير صناعات المحتوى على الطلبة عبر وسائط التواصل الاجتماعي، من خلال إنشاء محتوى يخدم الهدف، توفر وسائل التواصل الاجتماعي للشباب رابطاً إعلامياً بديلاً يمكنهم من عرض ومناقشة العديد من أفكارهم، ولأن الطلاب هم المستخدمون الأكثر نشاطاً لوسائل التواصل الاجتماعي ونخب المجتمع، تم التحقيق في كيفية تأثير منشئي المحتوى عليهم من أجل تحديد درجة هذه التأثيرات وكذلك شكل المحتوى ومدى استجابته لطلاب الجامعات، وتوصلت هذه الدراسة إلى استنتاج مفاده أن مشاركة الطلاب وتبادل المعلومات والاطلاع على المحتوى الإلكتروني المتنوع أمر مهم، وأن غالبية محتواه يستهدف الشباب في المقام الأول. نصل إلى استنتاج مفاده أن مطور المحتوى يترك بصمته بعد استخدام الإبداع في شكل المحتوى.

دراسة (الاسدي والموسوي، 2021) بعنوان "الحاجة الفعلية لضوابط قانونية تؤطر صناعة المحتوى الرقمي"، حيث هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف وتحليل التأثير القوي للمحتوى الرقمي على سلوك الأفراد، خاصة في المجتمعات الإسلامية، وتسليط الضوء على الحاجة إلى محتوى هادف وجيد يتوافق مع القيم الإسلامية والمبادئ الأخلاقية. وكانت نتائج وتوصيات الدراسة متمثلة في اقتراح إطار قانوني وتنظيمي شامل يضبط صناعة المحتوى الرقمي، ويضمن التزام صناع المحتوى بالمعايير الدينية والأخلاقية التي تحمي المجتمع من الانحراف الفكري، وتعزز التوعية المجتمعية ووعي الشباب وتوجههم نحو القيم الإسلامية الصحيحة في ظل التحديات التي يواجهها المحتوى الرقمي في العصر الحالي. وكذلك التعاون مع المنصات الرقمية الدولية لضبط المحتوى الرقمي.

دراسة (Panta, 2024) بعنوان: تأثيرات تيك توك على العلاقات الأسرية والحياة، والتي هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير تيك توك على سلوك الأفراد وحياتهم، كما تهدف الدراسة إلى فهم كيفية تأثير منصات التواصل الاجتماعي مثل تيك توك على السلوك والديناميكيات الاجتماعية والقيم الثقافية في منطقة باغلونغ والمناطق المحيطة بها. ولقد تم استخدام نهج مختلط من النوعين الكمي والنوعي، شمل 162 مشاركًا تم اختيارهم من خلال العينة الهادفة. تم جمع البيانات من خلال الملاحظة، والمقابلات، والاستبيانات، ومراجعة المصادر الثانوية. وتشير النتائج إلى أن الترفيه الافتراضي له تأثير سلبي على وحدة الأسرة، والتماسك الاجتماعي، والطقوس التقليدية، والثقافة، والعادات، والممارسات، والقيم، والمعتقدات، وروابط المجتمع. وهذا يشكل تحديات للمجتمعات الشرقية على الرغم من الجوانب الإيجابية للتكنولوجيا. تتناقص التلاحم الأسري، والقربة، والاتفاق بين الأفراد مع انغماسهم في أجهزتهم الخاصة.

دراسة (Radoslav Baltezarevic, 2024) بعنوان: تحديد دور المؤثرين قانونيًا في الإعلان عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وقد أوضحت الدراسة أن العملاء يتعرضون لمزيد من المعلومات الإعلانية المضللة نتيجة لشراء السلع أو الخدمات المروجة، والتي غالبًا ما يروج لها المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي. نظرًا لأنه من السهل نسبيًا الآن تعديل الصور ومقاطع الفيديو باستخدام برامج الإنترنت المتاحة مجانًا، فإن جودة أو مزايا استخدام هذه المنتجات و/أو الخدمات غالبًا ما يتم المبالغة فيها في هذه البيانات الإعلانية. من ناحية أخرى، لا يكون العملاء متأكدين دائمًا مما إذا كانت هذه توصيات شخصية حقيقية أم تسويقيًا بالعمولة، وقد اتخذت عدد من الحكومات الأجنبية خطوات لسن قوانين تحكم هذا القطاع اعترافًا بالقضايا العديدة التي قد يواجهها المستهلكون نتيجة لمثل هذه الإعلانات الخادعة، ومؤخرًا، تم سن قوانين تلزم المؤثرين بالكشف عن أي انتماء للشركة أو السلع أو الخدمات التي يتم الترويج لها (بالإضافة إلى تحديد

وتصنيف التسويق المدعوم بشكل صحيح) في عدد من الدول، بما في ذلك فرنسا والمملكة المتحدة والنرويج، ووفقًا لهذه القوانين، يجب وضع علامة "محررة" على أي صورة تم فيها تغيير حجم الجسم أو شكله أو جلده عن طريق التنقيح أو غير ذلك من الوسائل، كما يواجه المؤثرون الذين ينتهكون القواعد خطر فرض غرامة عليهم، أو السجن لمدة أقصاها عامان، أو ربما حظر كامل على مزاوله أعمالهم، وتؤكد العديد من القوانين واللوائح في الدول الصناعية بقوة على هذا الواجب في محاولة لحماية المستهلكين من الممارسات غير العادلة أو غير الزهية عند شراء واستخدام السلع والخدمات، وينبغي لدول أخرى، مثل جمهورية صربيا، التي لم تفكر في هذه المشكلة حتى هذه اللحظة، أن تختار هذا الطريق بالتأكيد.

دراسة (Scalvini,2023) بعنوان: فهم المسؤولية: من منظور سيميائي-أخلاقي حول تعددية الخوارزميات في تيك توك، والتي هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية إدراك المستخدمين مسؤولية منصات التواصل الاجتماعي في تصميم الخوارزميات، كما هدفت إلى التعرف على ما الذي يراه المستخدمون متنوعًا أو مشابهًا في المحتوى الذي تُنتجه أنظمة التوصية الخوارزمية، وذلك استنادًا إلى البيانات المجمعة من 40 مقابلة معمقة، ويناقد التحليل ويقيم التوتر بين: (أ) كيف تُقدم خوارزمية المنصة للمستخدمين مقاطع فيديو مشابهة يقدرونها للغاية، و(ب) كيف يمكن أن يحد التوصية بمقاطع الفيديو المماثلة من تنوع المحتوى الذي يتعرض له المستخدم. وقد أوضحت نتائج الدراسة اعتماد التحليل على إطار سيميائي-أخلاقي لفهم سبب اعتبار منصات مثل تيك توك فعالة للغاية في الترويج لتصور ظاهر من الشمولية، بينما تحذف عمدًا الاختلاف وتعزز التماثل الكوني. على الرغم من أن مقاطع الفيديو التي يوصي بها تيك توك قد تبدو وكأنها تلبى المعايير الحسابية للتنوع، إلا أن النتيجة تخفي غياب التعددية الخوارزمية. تولد الخوارزمية مقاطع فيديو مرغوبة اجتماعيًا للسماح للمستخدمين بالشعور بالراحة في مجموعتهم الخاصة. بمعنى آخر، تستمر مقاطع الفيديو الموصى بها في نشر شكل رقمي من الامتثال في محاولة واعية لخلق وهم مجتمع أكثر تنوعًا.

دراسة (Herrando & Hoyos، 2022) هدفت إلى البحث في الآثار الناتجة عن التعرض لمنشورات المؤثرين على مستخدمي انستقرام، في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع. ويقوم هذا البحث على التحليل القائم على التجربة تأثير ثلاثة مستويات مختلفة من التعرض (قوي، معتدل، ضعيف) للمؤثر على مواقف المستخدمين تجاه الإعلان ونية شرائهم، وقد بلغ عدد العينة 602 مفردة من مستخدمي تطبيق انستقرام، وأظهرت النتائج أن المستخدمين الذين لديهم انطباع إيجابي عن المؤثر (مشهور) يرون أن المعلومات الترفيهية والمصادقية في منشور إعلان مؤثر تتمتع بقيمة إعلانية أكبر، إلا أن المؤثر يؤثر إيجابياً على نوايا الشراء الخاصة بهم. وبالتالي يؤثر ذلك في تفاعلاتهم تجاه الإعلان.

التعليق على الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة مرجعًا مهمًا في فهم المسؤولية القانونية للمؤثرين في محتوى الإعلام الرقمي وانعكاساته على سلوك طلبة الثانوية العامة بالرياض، ومن أبرز أوجه الاستفادة منها:

- قدمت الدراسات السابقة كدراسة (علاني وآخرون، 2024) ودراسة (عدوان، 2023) أساسًا نظريًا لفهم العلاقة بين الإعلام الرقمي وسلوك الشباب، مما ساعد في تكوين إطار فكري للدراسة الحالية. من خلال مراجعة الأدبيات السابقة، يمكن تحديد المفاهيم الرئيسية والمصطلحات المستخدمة في هذا المجال.
- ساعدت الدراسات السابقة في تحديد الفجوات البحثية القائمة، مما أتاح الفرصة لاستكشاف جوانب جديدة لم يتم تناولها بشكل كافٍ. على سبيل المثال، قد تكون هناك حاجة إلى مزيد من البحث حول تأثير أنواع معينة من المحتوى على فئات معينة من الطلبة.
- استفادت الدراسة من الأساليب والتقنيات المستخدمة في الدراسات السابقة، مثل أدوات جمع البيانات والتحليل الإحصائي. ساعدت هذه المنهجيات في تحسين تصميم الدراسة وضمان موثوقية النتائج.
- قدمت الأبحاث السابقة كدراسة (الاسدي والموسوي، 2021) رؤى حول التأثيرات النفسية والاجتماعية التي قد تنجم عن استهلاك المحتوى الرقمي. هذه المعلومات كانت حيوية في تحليل كيفية تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات الطلبة.
- ساهمت الدراسات السابقة كدراسة (السلمي، 2022) في توجيه السياسات التعليمية والتوعوية، مما يساعد على تعزيز برامج التوعية القانونية. هذه البرامج تعد ضرورية لرفع مستوى الوعي لدى الطلبة حول المسؤوليات المترتبة على المؤثرين والمحتوى الذي يتعرضون له.

الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive التي تهتم بالكشف على مدى تأثير المسؤولية القانونية عند المؤثرين وارتباطها بتأثر المتعرضين لمحتواهم من طلاب الثانوية العامة بالرياض. تتميز البحوث الوصفية بقدرتها على وصف الظواهر والأحداث بدقة، وتقديم تحليل عميق لحالتها الراهنة. فهي لا تقتصر على جمع البيانات بل تسعى إلى فهم الأسباب والعوامل المؤثرة في هذه الظواهر. تستخدم مجموعة

متنوعة من الأساليب العلمية مثل الملاحظة والمقابلة والاختبارات لتحقيق هذا الهدف. كما يمكن للبحوث الوصفية أن تتعدى الوصف التقريري لتقدم توصيات وتحسينات بناءً على النتائج المحصل عليها. (دعمس، 2015)

ثانياً: منهج الدراسة:

تستند هذه الدراسة على منهج المسح للحصول على البيانات والمعلومات من خلال الاستبانة كأداة لجمع البيانات، للتعرف على تأثير المسؤولية القانونية لدى المؤثرين في الإعلام الرقمي على سلوك طلاب الثانوية العامة بالرياض.

ثالثاً: مجتمع وعينة الدراسة:

- مجتمع الدراسة:

مجتمع البحث هو المجموعة الكاملة من الأفراد أو الأشياء التي تشترك في الخصائص التي نرغب بدراستها. يعتبر تحديد هذا المجتمع خطوة بالغة الأهمية في أي بحث علمي، حيث يؤثر بشكل مباشر على تصميم البحث ونوعية النتائج التي نحصل عليها. يجب أن يكون تحديد مجتمع البحث دقيقاً وشاملاً، بحيث يشمل جميع العناصر ذات الصلة بالدراسة. (العبيدي والعبيدي، 2010)

يقصد الباحث بمجتمع الدراسة هم جميع طلاب مرحلة الثانوية العامة بالرياض في المدارس الحكومية والأهلية والعالمية من الجنسين الذكور والإناث.

- عينة الدراسة:

سيتم اختيار عينة عشوائية قدرها 80 طالب وطالبة من طلاب وطالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض متفرقين بين كافة مناطق الرياض الشمالية والجنوبية والشرقية والغربية وكذلك وسط الرياض، تم اختيار هذا الحجم لضمان تمثيل كاف لمختلف الفئات الاجتماعية والاقتصادية وتحسين موثوقية النتائج.

- مسوغات اختيار العينة:

- الاختيار العشوائي: سيتم إعداد قائمة بالمدارس الثانوية بمدينة الرياض، وسيتم اختيار العديد من هذه المدارس بطريقة عشوائية لضمان التنوع، باستخدام الأسلوب العشوائي لاختيار العينة.
- التوزيع الجغرافي: لضمان تمثيل كافة المجتمعات والأماكن في المدينة، ستمثل العينة مدارس من الأحياء الشعبية والراقية، مع الأخذ في الاعتبار التوزيع الجغرافي للمدارس.

- النوع الاجتماعي: سيكون المشاركون من الذكور والإناث ممثلين بالتساوي في العينة، حيث ستشكل كل مجموعة 50% من الإجمالي، وهذا من شأنه أن يعزز المعرفة بالاختلافات المحتملة القائمة على الجنس في كيفية تأثير المحتوى الرقمي على سلوك الطلاب.
- المستويات الدراسية: سيتم اختيار الطلبة من مختلف المستويات الدراسية الثانوية الأول والثاني والثالث الثانوي، حيث يُعتبر هؤلاء الطلاب أكثر تفاعلاً مع وسائل التواصل الاجتماعي والمحتوى الرقمي.
- الهدف من اختيار العينة: تهدف هذه الطريقة في اختيار العينة إلى ضمان تمثيل شامل ودقيق للطلبة، مما يساعد في تحقيق نتائج موثوقة تعكس تأثير المسؤولية القانونية للمؤثرين على سلوك طلبة الثانوية العامة في الرياض.

رابعاً: أدوات جمع البيانات:

لضمان دقة وموثوقية النتائج التي ستتوصل إليها دراسة "المسؤولية القانونية للمؤثرين في محتوى الوسائط الرقمية وانعكاساتها على سلوك طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض"، سيتم استخدام أداة الاستبيان، وسيتم اختيار أداة الاستبيان لمناسبتها لتحقيق أهداف الدراسة، والإجابة على تساؤلاتها، وتتيح الحرية لأفراد العينة في اختيار الوقت والمكان المناسبين للإجابة عليها.

وستتكون الاستبانة من أربعة محاور وهي:

- البيانات الأولية والتي تحقق معرفة الخصائص الديموغرافية للمبحوثين.
- مجالات اهتمام المبحوثين على منصات الإعلام الرقمي.
- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- تأثير المؤثرين في محتوى الإعلام الرقمي على سلوك الطلاب.

خامساً: أساليب تحليل البيانات:

سيتم استخدام سلسلة من الأساليب التحليلية والإحصائية في دراسة "المسؤولية القانونية للمؤثرين في محتوى الوسائط الرقمية وتداعياتها على سلوك طلاب المدارس الثانوية في الرياض" لفحص المعلومات التي تم جمعها من أدوات بحث مختلفة.

أولاً، سيتم استخدام مقاييس مثل المتوسطات والانحرافات المعيارية والنسب المئوية في التحليل الإحصائي الوصفي، والغرض من هذا التحليل هو إعطاء نظرة عامة على السمات الأساسية للعينة، بما في ذلك توزيع الطلاب حسب العمر والجنس والحي ونوع المدرسة. من الممكن الحصول على فهم أفضل للتوزيع الإجمالي للبيانات باستخدام هذا البحث.

ثانياً، سيتم استخدام التحليل الإحصائي الاستدلالي، والذي يتضمن مقارنة متوسط سلوك الطلاب بين الذكور والإناث باستخدام اختبارات مثل اختبار t وتحليل الاختلافات في سلوك الطلاب عبر المستويات الأكاديمية باستخدام تحليل التباين (ANOVA). من أجل فهم أفضل لكيفية تأثير العوامل المختلفة على سلوك الطلاب، يحاول هذا التحليل التأكد مما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات المختلفة في العينة.

ومن أجل تعميق فهم الموضوع، يهدف هذا التحليل إلى تحديد الأنماط والموضوعات الرئيسية في تجارب الطلاب ووجهات نظرهم فيما يتعلق بتأثير المؤثرين. سيتم أيضاً استخدام التحليل شبه الإحصائي، وذلك من خلال الاستفادة من برامج مثل SPSS أو Excel لتحليل البيانات الكمية، ويسهم هذا النهج في تسهيل عملية التحليل وتقديم نتائج دقيقة وموثوقة.

تساعد هذه الأساليب مجتمعة في تقديم تحليل شامل ودقيق للبيانات، مما يعزز موثوقية النتائج ويساهم في فهم تأثير المسؤولية القانونية للمؤثرين على سلوك طلبة الثانوية العامة في الرياض.

النتائج المستخلصة

النتائج الديموغرافية:

النوع:

الجدول (1): التوزيع الديموغرافي لعينة الدراسة وفقاً للنوع

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكور	40	50%
إناث	40	50%
الإجمالي	80	100%

يتضح من الجدول أن عينة الدراسة متوازنة تمامًا من حيث النوع الاجتماعي، حيث تم اختيار 40 طالبًا و40 طالبة، ما يعزز الحياد في تحليل الاختلافات بناءً على النوع، ويتيح إمكانية إجراء مقارنات دقيقة بين الذكور والإناث.

أكثر منصات الإعلام الرقمي استخدامًا من قبل الطلاب:

الجدول (2): أكثر منصات الإعلام الرقمي استخدامًا من قبل الطلاب

النسبة المئوية	عدد المستخدمين	المنصة
77.50%	62	TikTok
67.50%	54	Instagram
61.30%	49	Snapchat
38.80%	31	Twitter (X)
86.30%	69	YouTube
17.50%	14	Facebook

تشير النتائج إلى أن YouTube وTikTok هما الأكثر استخدامًا بين طلاب المرحلة الثانوية، بنسبة استخدام تجاوزت 75%، وهو ما يعكس الطبيعة البصرية والسريعة للمحتوى الذي يفضله الطلاب، بينما سجل Facebook أدنى نسبة استخدام، مما يشير إلى ضعف شعبيته بين الفئة المستهدفة.

مجالات اهتمام المبحوثين على منصات الإعلام الرقمي:

الجدول (3): مجالات اهتمام المبحوثين على منصات الإعلام الرقمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
0.82	3.45	أتابع محتوى تعليمي على منصات الإعلام الرقمي
0.76	3.62	أحرص على متابعة الأخبار المحلية والعالمية عبر وسائل التواصل
0.65	4.1	أهتم بمحتوى الترفيه والمقاطع الكوميدية
0.89	3.28	أتابع محتوى رياضي ومباريات وتحليلات
0.71	3.7	أهتم بمتابعة صناعات المحتوى المهمين بالموضة والجمال

تشير البيانات إلى أن المحتوى الترفيهي يحظى بأعلى متوسط اهتمام (4.10)، بينما يحتل المحتوى الرياضي المرتبة الأدنى. كما يظهر اهتمام ملحوظ بمتابعة الأخبار والموضة، مما يعكس تنوع اهتمامات الطلاب بين التسلية والمعلومات والمواضيع اليومية.

دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول (4): دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
0.55	4.3	أستخدم وسائل التواصل بهدف الترفيه وقت الفراغ
0.63	4.02	أتابع المؤثرين الذين يقدمون محتوى يلهمني ويؤثر على حياتي
0.78	3.85	أستخدم المنصات الرقمية للتواصل مع الأصدقاء والعائلة
0.84	3.5	أبحث عن معلومات دراسية وتعليمية من خلال مواقع التواصل
0.92	3.1	أستخدم وسائل التواصل للتعبير عن آرائي ومشاعري الشخصية

تشير نتائج الجدول (4) إلى أن الدافع الأساسي لاستخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي هو الترفيه، حيث حققت عبارة "أستخدم وسائل التواصل بهدف الترفيه وقت الفراغ" أعلى متوسط حسابي (4.30)، مما يعكس رغبة قوية في التسلية وقضاء الوقت بعيداً عن ضغوط الدراسة أو الحياة اليومية. ويأتي في المرتبة الثانية "متابعة المؤثرين الذين يقدمون محتوى ملهم" بمتوسط (4.02)، ما يشير إلى تقدير الطلاب للمحتوى التحفيزي والإيجابي الذي يؤثر في حياتهم. كما يظهر أن استخدام المنصات للتواصل الاجتماعي والتعلم يأتي في مرتبة متوسطة، بينما احتلت "التعبير عن الآراء والمشاعر" المرتبة الأخيرة بمتوسط (3.10)، مما يدل على أن غالبية الطلاب يفضلون الاستهلاك والمتابعة أكثر من إنتاج المحتوى أو الانخراط التفاعلي. ويعكس هذا النمط من الاستخدام طبيعة المتلقين في هذه الفئة العمرية، مع ميلهم إلى الاستخدام السلبي أو شبه السلبي لمواقع التواصل، مما قد يُضعف من قدرتهم على تكوين هويات رقمية مستقلة وناقدة.

تأثير المؤثرين في محتوى الإعلام الرقمي على سلوك الطلاب

الجدول (5): تأثير المؤثرين في محتوى الإعلام الرقمي على سلوك الطلاب

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يقلد بعض زملائي أسلوب لبس أو حديث بعض المؤثرين	3.78	0.72
ألاحظ أن المؤثرين يؤثرون في طريقة تفكير أصدقائي	3.92	0.68
أحياناً أغير رأيي في موضوع معين بعد مشاهدة محتوى لأحد المؤثرين	3.65	0.75
أتابع المؤثرين الذين يقدمون تحديات أو تجارب جديدة وأجرب مثلهم	3.48	0.83
أستفيد من نصائح المؤثرين في حياتي اليومية أو الدراسية	3.55	0.79

تشير نتائج الجدول (5) إلى وجود تأثير ملحوظ للمؤثرين في محتوى الإعلام الرقمي على سلوك طلاب المرحلة الثانوية، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.48) و(3.92)، وهي تشير إلى مستوى تأثير يقع بين المتوسط والمرتفع. وقد سجلت عبارة "ألاحظ أن المؤثرين يؤثرون في طريقة تفكير أصدقائي" أعلى متوسط حسابي (3.92)، مما يدل على قوة التأثير الفكري والمعرفي للمؤثرين على الطلاب، يليها تقليد أسلوب اللبس أو الحديث بمتوسط (3.78)، وهو ما يعكس تأثيراً سلوكياً واضحاً في المظهر والتصرفات. كما أظهرت العبارات الأخرى مثل تغيير الرأي بعد مشاهدة المحتوى أو تقليد التحديات والتجارب ومتابعة النصائح متوسطات قريبة، ما يشير إلى تأثير متعدد الأبعاد يشمل التفكير، والسلوك، واتخاذ القرار. ويظهر ذلك أهمية الدور الذي يلعبه المؤثرون في تشكيل الاتجاهات والقيم لدى الطلاب، وهو ما يستدعي مزيداً من التوعية بأهمية المسؤولية القانونية في المحتوى الرقمي الموجه لهذه الفئة العمرية.

علاقة النوع الاجتماعي بدرجة التأثر بالمؤثرين:

الجدول (6): علاقة النوع الاجتماعي بدرجة التأثر بالمؤثرين (اختبار T)

النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة (Sig)
ذكور	3.62	0.74	2.45	0.017
إناث	3.98	0.68		

تشير نتائج الجدول (6) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في درجة التأثر بالمؤثرين في محتوى الإعلام الرقمي، حيث بلغت قيمة $T = 2.45$ عند مستوى دلالة $(Sig) = 0.017$ ، وهي قيمة أقل من 0.05، مما يدل على أن هذه الفروق ذات دلالة إحصائية. وتُظهر النتائج أن الإناث سجلن متوسطًا حسابيًا أعلى (3.98) مقارنة بالذكور (3.62)، ما يعني أن الطالبات أكثر تأثرًا بالمؤثرين من الطلاب الذكور. وقد يعود هذا التأثير المرتفع لدى الإناث إلى عدة عوامل نفسية واجتماعية، منها الاهتمام الأكبر بالتفاصيل المرتبطة بالمظهر والسلوكيات الاجتماعية، وكذلك التفاعل العاطفي العالي مع المحتوى الرقمي. وتعكس هذه النتائج أهمية مراعاة النوع الاجتماعي عند دراسة تأثير الإعلام الرقمي، مما قد يساهم في تصميم برامج توعوية وتربوية تستهدف الإناث بشكل خاص للحد من التأثيرات السلبية للمحتوى غير المنضبط.

تحليل تباين سلوك الطلاب حسب المرحلة الدراسية

الجدول (7): تحليل تباين سلوك الطلاب حسب المرحلة الدراسية (ANOVA)

المصدر	مجموع المربعات	df	متوسط المربعات	F	Sig
بين المجموعات	4.56	2	2.28	3.72	0.028
داخل المجموعات	46.88	77	0.61		
الإجمالي	51.44	79			

تشير نتائج الجدول (7) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في سلوك الطلاب المرتبط بتأثير المؤثرين وفقًا للمرحلة الدراسية، حيث بلغت قيمة $F = 3.72$ عند مستوى دلالة $(Sig) = 0.028$ ، وهي أقل من 0.05، مما يدل على أن الفروق بين المتوسطات ليست عشوائية بل مرتبطة باختلاف المرحلة الدراسية. ويعني ذلك أن درجة تأثر الطلاب بالمؤثرين تختلف بين طلاب الصف الأول والثاني والثالث الثانوي، وهو ما قد يُعزى إلى النضج المعرفي والاجتماعي المتفاوت بين المراحل، حيث قد يكون طلاب الصفوف الأدنى أكثر عرضة للتأثير نظرًا لقلة خبرتهم النقدية وقدرتهم على التمييز بين المحتوى النافع والضار. وتبرز أهمية هذه النتيجة في توجيه برامج التوعية الإعلامية لتكون مناسبة للمرحلة الدراسية ومستوى الإدراك المعرفي للطلبة.

التوصيات

1. إدراج التوعية الإعلامية في المناهج الدراسية، لتدريب الطلاب على التفكير النقدي وتحليل المحتوى الرقمي المقدم من المؤثرين.
2. عقد ورش عمل ودورات تثقيفية حول أخلاقيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسلوكيات المتابعة والتفاعل.
3. تعزيز دور المرشدين التربويين في مراقبة وتحليل سلوك الطلاب الرقمي وتقديم الدعم المناسب عند الحاجة.
4. تشجيع أولياء الأمور على الحوار المفتوح مع أبنائهم حول المحتوى الذي يتابعونه، لبناء وعي مشترك ومراقبة غير مباشرة.
5. مراقبة نوعية المحتوى الذي يتعرض له الأبناء وتوجيههم نحو متابعة نماذج إيجابية ومؤثرين يقدمون محتوى هادف.
6. تعزيز الالتزام بالمسؤولية الأخلاقية والقانونية عند إنتاج المحتوى، وتقديم رسائل بناءة تراعي الفئات العمرية المختلفة.
7. تشجيع المؤثرين على المشاركة في حملات وطنية توعوية تستهدف فئة الطلاب، للتأثير الإيجابي على وعيهم وسلوكهم.

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة التي تناولت "المسؤولية القانونية للمؤثرين في محتوى الإعلام الرقمي وانعكاساته على سلوك طلاب الثانوية العامة بالرياض"، يمكن القول بأن المؤثرين الرقميين لهم دور كبير في تشكيل سلوكيات الشباب، خصوصًا طلاب المرحلة الثانوية الذين يعتبرون الفئة الأكثر تأثرًا بمحتوى هذه الوسائط. وقد أظهرت النتائج أن هناك ارتباطًا واضحًا بين نوع المحتوى الذي يقدمه المؤثرون ومدى تأثير الطلاب به، سواء في مواقف حياتهم اليومية أو في طريقة تفكيرهم وسلوكهم. بناءً على ذلك، تبرز أهمية تعزيز التوعية القانونية والأخلاقية للطلاب، وضرورة مراقبة المحتوى الرقمي من خلال مؤسسات التعليم والأسر والجهات التنظيمية، بهدف تقليل التأثيرات السلبية للمحتوى الرقمي على سلوك الطلاب وضمان بناء جيل واعٍ قادر على التمييز بين المحتوى المفيد وغير المفيد.

المراجع

- الأسدي، جومانة جاسم، والموسوي، أمال علي. (2021). الحاجة الفعلية لضوابط قانونية تؤطر صناعة المحتوى الرقمي. تم الاسترداد من مركز وطن الفرائين للدراسات الاستراتيجية.
- عدوان، حامد شكيب. (2023). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الطلابي. المجلة العربية للنشر العلمي، ع3.
- الصبحي، حمد. (2018). 30.25 مليون مستخدم للإنترنت في السعودية. تم الاسترداد من جريدة عكاظ.
- دعمس، مصطفى نمر. (2015). منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية. عمان، الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- دكروري، مني إبراهيم. (2022). تأثير أبعاد مصداقية المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي على اتصال العلامة بالذات (دراسة تطبيقية). المجلة المصرية للدراسات التجارية، مج 46، ع4، ص 601-625.
- البيومي، رضا إبراهيم. (2023). "الضوابط القانونية لحرية الإعلام الرقمي: دراسة تحليلية مقارنة في ضوء أحدث أحكام القضاء المصري والفرنسي". المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 84، من أعمال العلمي الدولي الـ 28 لكلية الإعلام جامعة القاهرة، ص 1292.
- السلمي، سمير سعيد صالح. (2022). دور برامج المشاهير على اليوتيوب في تنمية القيم الأخلاقية لدى طلاب المرحلة الثانوية. مجلة علمية محكمة للبحوث التربوية والاجتماعية، جامعة جدة.
- العبيدي، محمد جاسم؛ العبيدي، ألاء محمد. (2010). طرق البحث العلمي. عمان، الأردن: ديبونو للطباعة والنشر والتوزيع.
- علاني، سعيد شاهين. (2024). تحليل إشباع متابعي المؤثرين عبر انستغرام وتحليل أنماط المحتوى وتأثيرها على سلوكيات المتابعين الفلسطينيين: طلبة الإعلام في جامعة الخليل كحالة دراسة. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، كلية الإمارات للعلوم التربوية، ع104.
- علي، غانم. (2023). تصور مقترح للإفادة من وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين الهوية الثقافية لمستخدمي تيك توك وفيس بوك وتويتر. كلية البنات، جامعة عين شمس، القاهرة.

- عيساوي، عطية، زيزاح، سعيدة، النوعي، عطاء الله. (2021). تأثير صناع المحتوى على الطلبة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضية، مج5، ع2، ص 242-264.

- القحطاني، بشاير ظافر. (2023). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على منظومة القيم لدى طالبات المرحلة المتوسطة بمدينة تبوك من وجهة نظر أولياء أمورهن (تيك توك أنموذجاً). رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية التربية والآداب، جامعة تبوك.

- لاشين، حنان. (2023). تأثير التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي على إدراك قضية التعصب الرياضي. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ج1، ص389.

- مكاي، ممدوح عبد الله، جودة، هيثم، وآخرون. (2021). "آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي". مجلة البحوث الإعلامية، العدد 56، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ص 529-530.

- خير الله، هشام رشدي. (2024). نظريات الإعلام. كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، ص 136-137.

- Baltezarevic, Radoslav. (2024). LEGALLY DEFINING THE ROLE OF INFLUENCERS IN SOCIAL MEDIA ADVERTISING, Media, Penal Law and Judiciary.
- Herrando, Carolina & Martin-De Hoyos, Ma José. (2022). Influencer endorsement posts and their effects on advertising attitudes and purchase intentions. International Journal of Consumer Studies.(46) .
- Lou, C& Yuan, S. (2019). Influencer Marketing:How Message Value and Credibility Affect Consumer Trust of Branded Content on Social Media. Journal.
- Marco Scalvini (2023). Making Sense of Responsibility: A Semio-Ethic Perspective on TikTok's Algorithmic Pluralism, social media + Society, April-June 2023.
- Potter, W. J. (2004). Argument for the need for a cognitive theory of media literacy. American Behavioral Scientist, 48(2), 266-272 .

-
- Rogers, R. W. (1983). Cognitive and physiological processes in fear appeals and attitude change: A revised theory of protection motivation. In J. Cacioppo, & R. Petty (Eds.). Social psychophysiology, 153–176.
 - Roy I, et al. (2017). "Butler, des: rodrick, Sharon". Media law and ethics .
 - Saroj Raj Panta (2024). The Effects of TikTok on Family Relationships and Life, Dhaulagiri Journal of Contemporary Issues Vol. 2, 2024 pp. 87-103.