

إدارة المحتوى الإعلامي في البيئة الرقمية بين الإنتاج والحماية القانونية: مقاربة تحليلية

Media Content Management in the Digital Environment Between Production and Legal Protection: An Analytical Media Approach

أمينة عطاء الله

جامعة عباس لغرور خنشلة (الجزائر)، amina.attalah@univ-khenchela.dz

تاريخ النشر: 2026 / 05 / 30

تاريخ القبول: 2026 / 05 / 08

تاريخ الاستلام: 2026 / 02 / 09

ملخص:

ترمي هذه الورقة، إلى تناول إشكاليات الاقتصاد الرقمي المرتبطة بحقوق التأليف والنشر وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي، مع التركيز على التحديات التي تواجه صنّاع المحتوى والمؤسسات الإعلامية. وتناقش الورقة التحولات التي أفرزها الاعتماد المتزايد على المنصات الرقمية في إنتاج وتوزيع المحتوى، وما نتج عنه من تحديات قانونية وأخلاقية. كما تسلط الضوء على التوتر القائم بين متطلبات تشجيع الابتكار وحماية حقوق المبدعين في البيئة الرقمية، لتخلص إلى ضرورة إرساء إطار تشريعي وأخلاقي يقوم على الشفافية وحماية البيانات وتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، بما يحقق توازنًا بين مختلف الأطراف الفاعلة. الكلمات المفتاحية: إدارة المحتوى الرقمي؛ الإعلام الرقمي؛ الاقتصاد الرقمي؛ الذكاء الاصطناعي؛ حقوق التأليف والنشر؛ الملكية الفكرية.

Abstract:

This paper aims to address the issues of the digital economy related to copyright and intellectual property rights and the applications of artificial intelligence in digital media, with a focus on the challenges faced by content creators and media organizations. The paper discusses the transformations brought about by the increasing reliance on digital platforms in content production and distribution, and the resulting legal and ethical challenges. It also highlights the tension between the requirements to promote innovation and to protect the rights of creators in the digital environment, concluding with the necessity of establishing a legislative and ethical framework based on transparency, data protection, and the regulation of artificial intelligence use in the media field, in order to achieve a balance between the various stakeholders.

Keywords: Media content management; Digital Media; Digital Economy; Artificial Intelligence; Copyright; Intellectual Property.

١. مقدمة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولاً رقمياً عميقاً أعاد تشكيل مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وكان لقطاع الإعلام والمعرفة النصيب الأكبر من هذا التحول. فقد أدى الانتشار الواسع للإنترنت، وتطور تقنيات الاتصال، وظهور المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي، إلى خلق بيئة جديدة للإنتاج والتوزيع والاستهلاك الإعلامي. وفي ظل هذا المشهد المتسارع، برزت إشكاليات قانونية وأخلاقية وتنظيمية تتعلق بملكية المحتوى وحقوق المؤلف، خاصة مع تزايد سهولة النسخ وإعادة النشر والتعديل، وتراجع قدرة الأنظمة التقليدية للتشريعات على مواكبة هذا الواقع الجديد.

وفي السنوات الأخيرة، أدى ظهور الذكاء الاصطناعي وتطور تقنياته ولاسيما التعلم العميق، ومعالجة اللغة الطبيعية، ونماذج توليد المحتوى إلى تعميق هذا التحول، ودفع البيئة الإعلامية إلى مرحلة أكثر تعقيداً. إذ لم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد أداة مساعدة داخل غرف الأخبار والمؤسسات الإعلامية، بل أصبح منتجاً مباشراً للمحتوى نصاً وصوتاً وصورة وفيديو، مما أحدث نقلة نوعية في طريقة ممارسة مهنة الصحافة والإنتاج الإبداعي، وأثار تساؤلات جوهرية حول طبيعة "المؤلف" ذاته، وحول حدود الحماية القانونية للأعمال التي تنتجها الخوارزميات.

إنّ هذا التداخل بين الملكية الفكرية والذكاء الاصطناعي والبيئة الرقمية المعولة، أفرز مجموعة من التحديات غير المسبوقة، مثل: صعوبة تحديد هوية المؤلف الحقيقي، ومسؤولية الانتهاكات الناتجة عن إنتاج غير بشري، وإشكاليات استخدام البيانات المحمية في تدريب النماذج، ومخاطر التضليل الإعلامي عبر المحتوى الاصطناعي (الفيديوهات المركبة، الأخبار الزائفة، النصوص المولدة آلياً). كما ظهرت أسئلة تتعلق بتأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل المهن الإبداعية، وعلى استقلالية الإعلام وصدقته، وعلى قدرة المجتمعات على التمييز بين الحقيقة والتزييف في عصر "النسخ اللامحدود" للمعلومة.

وبالتالي، أصبحت الحاجة ملحة إلى دراسة علمية معمّقة تُبرز واقع حقوق التأليف والنشر في البيئة الرقمية، وتستكشف أثر الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي، وتناقش بموضوعية الإشكاليات القانونية التي تطرحها هذه التقنيات، مع تقديم رؤية مستقبلية لمسار الإعلام في العقود المقبلة. إن هذه الدراسة لا تُعنى بالجانب القانوني فحسب، بل تحاول فهم التغيّر البنوي في مفاهيم الإبداع، والملكية، والشرعية، والرقابة، والثقة، والحق في المعرفة، وهي مفاهيم تتعرض اليوم لإعادة تعريف جذرية.

وتنطلق هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي: كيف يمكن للأطر القانونية والتقنية والأخلاقية أن تتعامل مع تداعيات الاقتصاد الرقمي والذكاء الاصطناعي على منظومة حقوق التأليف والنشر في الإعلام الرقمي، بحيث تحقق توازناً بين حماية حقوق المبدعين وتعزيز الابتكار الرقمي؟

الأبعاد الفرعية للإشكالية يمكن تلخيصها فيما يلي:

1. البعد القانوني: كيف يمكن للقوانين الوطنية والدولية أن تتكيف مع تحديات الملكية الفكرية في ظل الذكاء الاصطناعي، مثل إنشاء المحتوى التلقائي ومشاركة المحتوى عبر المنصات الرقمية؟
2. البعد التقني: ما هي الحلول التقنية الممكنة لضمان حماية حقوق المبدعين، مثل أنظمة التتبع الرقمية، والتشفير، وتقنيات التعرف على المحتوى؟
3. البعد الأخلاقي: كيف يمكن تحقيق توازن بين حقوق المبدعين ومصلحة الجمهور في الوصول إلى المحتوى، مع مراعاة النزاهة والشفافية في استخدام الذكاء الاصطناعي؟
4. البعد الاقتصادي والاجتماعي: كيف يؤثر الاقتصاد الرقمي على القيمة الاقتصادية لحقوق التأليف والنشر، وما هي السياسات التي يمكن أن تشجع الابتكار دون الإضرار بحقوق المبدعين؟

تكتسب هذه الدراسة أهميتها العلمية والعملية من خلال تناولها إحدى القضايا الراهنة التي فرضتها التحولات الرقمية المتسارعة، والمتمثلة في تداخل الاقتصاد الرقمي مع حقوق التأليف والنشر وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي. واعتماد المنهج الوصفي يتيح تحليل الظواهر الرقمية والقانونية والأخلاقية بشكل دقيق، وفهم التحديات التي تواجه صنّاع المحتوى والمؤسسات الإعلامية ضمن سياقها الواقعي والمعاصر.

فعلى الصعيد العلمي، تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بالإعلام الرقمي، من خلال تقديم تحليل معمّق لإشكاليات حقوق الملكية الفكرية الناتجة عن الاعتماد المتزايد على المنصات الرقمية، وتسليط الضوء على الأبعاد القانونية والأخلاقية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي، والتي لم تُبحث بعد بصورة كافية في السياق العربي.

أما على الصعيد العملي، فتبرز أهمية الدراسة في توضيح التحديات الواقعية التي تواجه المؤسسات الإعلامية وصنّاع المحتوى، بما في ذلك مخاطر انتهاك الحقوق الفكرية، وضعف آليات الحماية، وتعقيدات المسؤوليات القانونية في البيئة الرقمية. كما تؤكد الدراسة على الحاجة الملحة إلى تطوير أطر تشريعية وتنظيمية متكاملة، قائمة على الشفافية وحماية البيانات وتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي، بما يحقق التوازن بين تشجيع الابتكار وحماية حقوق المبدعين.

وبالتالي، توفر الدراسة رؤية تحليلية يمكن أن تُسهم في دعم صانعي السياسات والمشرّعين والمؤسسات الإعلامية في بلورة استراتيجيات تشريعية وأخلاقية فعّالة تتلاءم مع التحولات الرقمية الراهنة، وتساعد على تحقيق توازن موضوعي بين مختلف الأطراف الفاعلة.

أولاً: مقارنة مفاهيمية لتحديد المفاهيم والمصطلحات

تعد المقاربة المفاهيمية مدخلاً أساسياً لفهم الإشكاليات التي يطرحها هذا البحث، نظراً لتقاطع مجالات متعددة تشمل الإعلام الرقمي، اقتصاد المعرفة، حقوق التأليف والنشر، والذكاء الاصطناعي. فاختلاف الخلفيات العلمية للمفاهيم المستعملة قد يؤدي إلى تباين في التفسير والتحليل، الأمر الذي يستدعي ضبطاً اصطلاحياً ومنهجياً للمصطلحات المحورية المعتمدة في هذه الدراسة، بما يضمن وضوح الإطار النظري ودقة المقاربة التحليلية.

1. الإعلام الرقمي

يقصد بالإعلام الرقمي مجموع الوسائط الإعلامية التي تعتمد على التقنيات الرقمية وشبكة الإنترنت في إنتاج المحتوى وتوزيعه واستهلاكه، وتشمل الصحافة الإلكترونية، منصات التواصل الاجتماعي، خدمات البث الرقمي، وتطبيقات الهواتف الذكية. ويتميز الإعلام الرقمي بالتفاعلية، الأنية، وإمكانية تخصيص المحتوى، مقارنة بالإعلام التقليدي ذي الاتجاه الأحادي.

وقد عرفه Pavlik بأنه: "نظام إعلامي قائم على الدمج بين التكنولوجيا الرقمية والاتصال الشبكي، يتيح أشكالاً جديدة من السرد والتفاعل" (Pavlik, 2019). وفي السياق العام، يمكن تعريف الإعلام الرقمي بأنه تحولاً بنيوياً في نماذج الإنتاج والقيمة الاقتصادية للمحتوى الإعلامي.

2. حقوق التأليف والنشر

حقوق التأليف والنشر هي مجموعة الحقوق القانونية التي تمنح للمؤلفين لحماية مصنفاتهم الأدبية والفنية من الاستغلال غير المشروع، وتشمل الحقوق الأدبية (نسبة العمل للمؤلف) والحقوق الاقتصادية (النسخ، التوزيع، الأداء).

في البيئة الرقمية، تزداد تعقيدات هذه الحقوق نتيجة سهولة النسخ والتوزيع والتعديل، وهو ما يجعل الحماية القانونية أكثر صعوبة. ويشير الألوسي إلى أن الرقمنة "أضعفت السيطرة التقليدية للمؤلف على مصنفه" (الألوسي، 2018)، مما يستدعي تطوير تشريعات خاصة بالمحتوى الرقمي.

3. الذكاء الاصطناعي

يقصد بالذكاء الاصطناعي مجموعة التقنيات والأنظمة القادرة على محاكاة القدرات الذهنية البشرية، مثل التعلم، التحليل، واتخاذ القرار، اعتماداً على الخوارزميات والبيانات الضخمة. وفي المجال الإعلامي، يستخدم الذكاء الاصطناعي في توليد المحتوى، تحليل الجمهور، التحقق من الأخبار، وأنظمة التوصية. ويعرف Russell و Norvig الذكاء الاصطناعي بأنه: "دراسة الأنظمة الذكية التي تتصرف بطريقة عقلانية" (Russell & Norvig, 2020)، بينما تشير بعض الدراسات إلى أن الذكاء الاصطناعي أصبح فاعلاً إنتاجياً مؤثراً في صناعة المحتوى الإعلامي.

4. حوكمة الذكاء الاصطناعي

تشير حوكمة الذكاء الاصطناعي إلى مجموعة القواعد القانونية، الأخلاقية، والتقنية التي تنظم تصميم واستخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي، بما يضمن الشفافية، العدالة، المساءلة، وحماية الحقوق. وفي الإعلام الرقمي، تهدف الحوكمة إلى الحد من التضليل، التحيز الخوارزمي، وانتهاك الخصوصية وحقوق التأليف. وتؤكد اليونسكو (UNESCO, 2022) أن حوكمة الذكاء الاصطناعي تمثل شرطاً أساسياً لبناء إعلام رقمي موثوق ومستدام.

ثانياً: اقتصاديات الإعلام الرقمي والتحول نحو المحتوى اللامادي

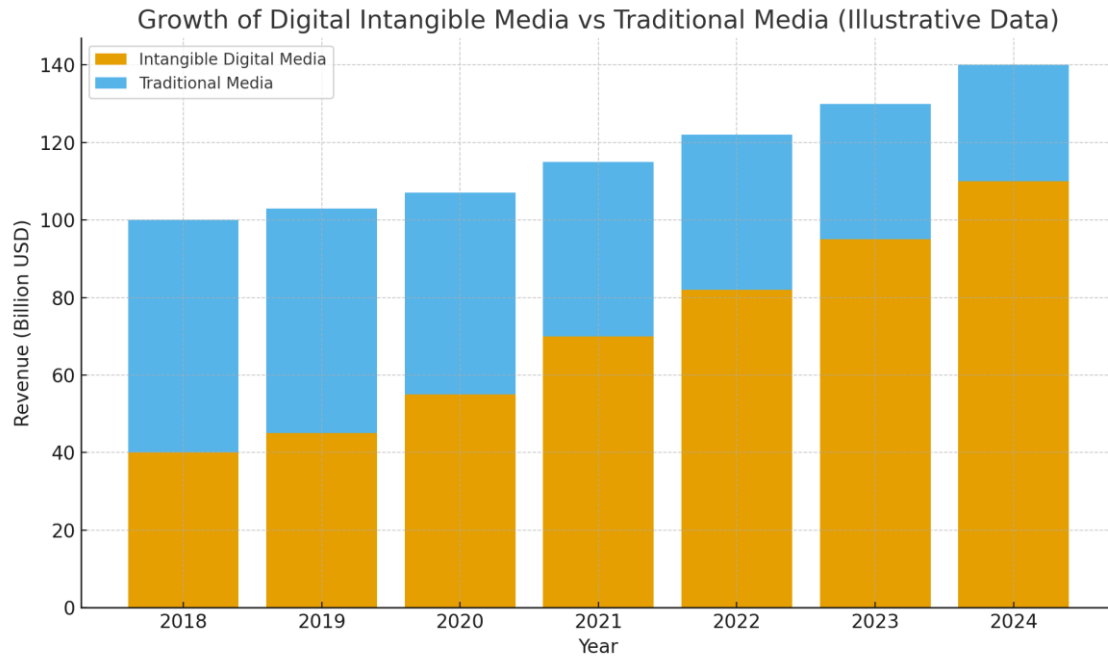
مع بروز الشبكات الرقمية وتحول المستهلكين إلى منصات الإنترنت، تغير نموذج اقتصاديات الإعلام من اعتماد تقليدي على المنتجات المادية (نسخ مطبوعة، بث ذاتي محدود) إلى اقتصاد قائم على القيمة المعرفية والبيانات والانتباه. في هذا النموذج يصبح المنتج الإعلامي نفسه (نصاً، فيديو، بيانات تحليلية، أو تراكميات تفاعلية) سلعة لامادية تُقوّم ليس فقط بحسب تكلفة إنتاجها وإنما بحسب قدرتها على جذب جمهور محدد، توليد بيانات مستخدمين قابلة للتحليل، وفتح قنوات للإعلان المستهدف والخدمات المدفوعة. هذا الانزياح يقود مؤسسات الإعلام إلى سباق لإعادة تصميم سلاسل القيمة: من إنتاج المحتوى إلى تجميع البيانات وتحليلها ومن ثم بيع خدمات متصلة (مثل نشر ممول، تحليلات سلوكية، اشتراكات متميزة)، وهو ما تشير إليه الدراسات العربية المتخصصة في اقتصاديات الصحافة والإعلام الرقمي بوصفه نمطاً يحول صانع المحتوى إلى مزود خدمة معرفية أكثر من كونه بائعاً لنسخ مادية (ريحي، 2017).

إن المحتوى اللامادي في سياق الإعلام الرقمي يشمل المحتوى الرقمي ذاته، قواعد البيانات، حقوق النشر الرقمية، خوارزميات التوصية، والعلامات التجارية الرقمية — وكلها أصول تقدر أمام المستثمرين بصيغ مختلفة عن الأصول التقليدية. أثر هذا التحول عملياً: أولاً، انخفاض تكاليف النسخ والتوزيع جعل الانتشار واسعاً لكن العوائد الفردية لكل وحدة محتوى أصبحت صغيرة ما لم تُستثمر في نماذج تجميع القيمة، مثل الاشتراكات المدفوعة أو الإعلانات الدقيقة. ثانياً، صعود منصات الوساطة، محركات البحث أعاد توجيه جزء كبير من عوائد الإعلان إلى شركات التكنولوجيا التي تملك منصات التوزيع وقنوات جمع

البيانات، ما وضع مؤسسات الإعلام التقليدية أمام ضغوط لإيجاد موارد دخل بديلة (خدمات مدفوعة، محتوى مُخصَّص للعميل، شراكات محتوى برعاية). وقد وثَّقت البحوث العربية هذه التغيرات في بنية عوائد الصحافة الإلكترونية وطُرحت نماذج تنويع الدخل كحلٍّ واقعي للاستدامة (مكاوي، 2020).

في الاقتصاد الرقمي للإعلام لا تمثل القراءة أو المشاهدة فقط قيمة؛ بل تمثل البيانات الناتجة عن هذه التفاعلات أئمن موارد قابلة للتحويل إلى منتجات وخدمات جديدة — مثل تحليل اتجاهات الرأي، تقديم خبرات مخصصة، أو بيع رؤى تسويقية. هذا التحوُّل يمنح مزايا تنافسية كبيرة للجهات التي تستثمر في بنية تحتية تحليلية وتقنيات الذكاء الاصطناعي لإخراج «قيمة» من تدفقات المستخدمين. لكن ثمة تعقيدات أخلاقية وتنظيمية: خصوصية المستخدم، ملكية البيانات، وإطار قانوني لتنظيم التجارة بالمحتوى الرقمي. المؤلفات العربية التي درست الإعلام الرقمي واقتصاد المعرفة تؤكد ضرورة دمج سياسات حماية المستهلك الرقمية مع استراتيجيات تمويلية جديدة تضمن استدامة المؤسسات الإعلامية دون التضحية بخصوصية الجمهور أو استقلالية المحتوى.

الشكل 1: تطور الإيرادات في الإعلام الرقمي اللامادي مقارنة بالإعلام التقليدي (2018–2024).



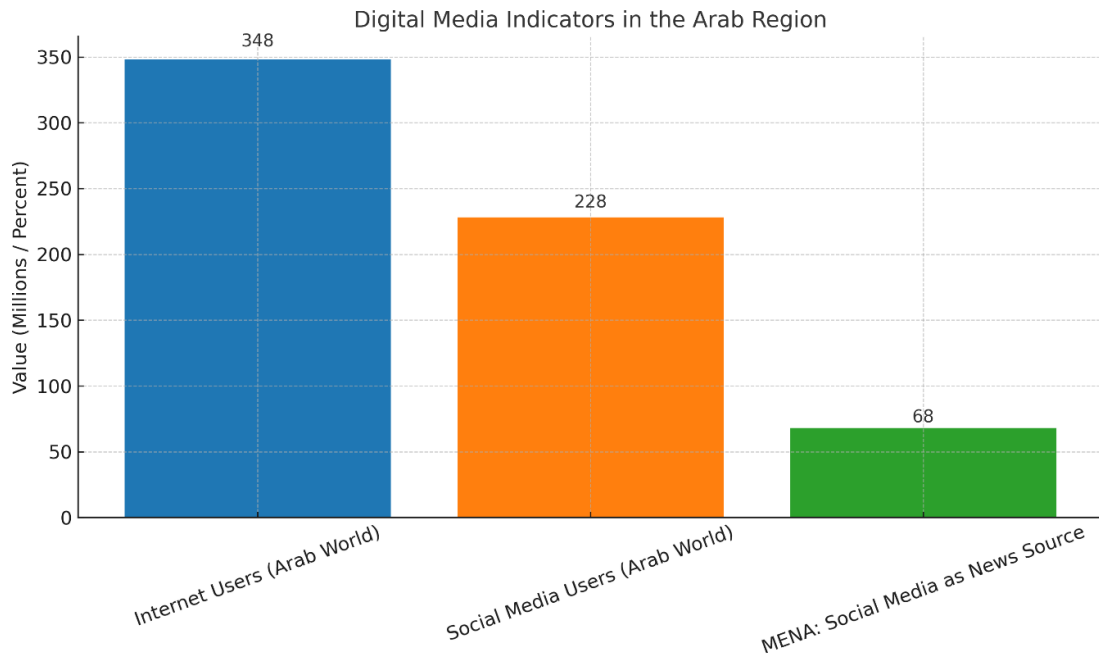
المصدر: اعداد الباحثة بالاعتماد على تقارير الاقتصاد الرقمي والإعلام العالمي.

يعرض المخطط تطور الإيرادات بين الإعلام الرقمي اللامادي والإعلام التقليدي خلال الفترة 2018-2024، حيث يظهر المنحنى ارتفاعاً متسارعاً لإيرادات المحتوى الرقمي اللامادي، بما في ذلك خدمات البث المباشر (Streaming)، والكتب الرقمية، والألعاب الإلكترونية، والمحتوى القائم على السحابة. وفي المقابل، يظهر انخفاض تدريجي للإيرادات المرتبطة بالوسائط المادية التقليدية، مثل الأقراص الصلبة، والصحف المطبوعة، والوسائط المادية لمحتويات الفيديو. ويعكس هذا التحول الاتجاه العالمي نحو اقتصاد رقمي يعتمد على القيمة اللامادية والخدمات الرقمية بدلاً من المنتجات الملموسة، مما يؤكد التحول المستمر نحو ما يُعرف بـ 'immaterial economy'.

وفي السياق العربي ثمة ميزتان تؤثران على انتقال الاقتصاد الإعلامي نحو المحتوى اللامادي: وجود جمهور شاب مهياً للتفاعل الرقمي، وفي المقابل تحديات تتعلق ببنية الاتصال، التمويل، والتشريعات الرقمية. الدراسات العربية تسلط الضوء على أنّ نجاح التحول لا يعتمد فقط على التكنولوجيا بل على بناء مجتمع معرفي يضم صناعات الإعلام، التعليم، وسياسات داعمة لاقتصاد المعرفة؛ كما توصي ببرامج لتدريب الكفاءات الرقمية، تطوير نماذج إعلانية مناسبة للأسواق المحلية، وتعزيز المحتوى العربي الجذاب الذي يمكن أن يتحول إلى منتجات رقمية (دورات، تقارير تحليلية، محتوى مُرخّص مدفوع). كما تحذر الدراسات من التبعية لمنصات دولية تملك قنوات الإعلان الكبرى، وتدعو لصياغة سياسات وطنية وإقليمية تدعم ملكية المحتوى والبيانات محلياً لضمان استدامة اقتصادات الإعلام الرقمية في الوطن العربي.

تظهر الأعمدة البيانية التالية المؤشرات الرقمية للإعلام في المنطقة العربية

الشكل 2: المؤشرات الرقمية للإعلام في العالم العربي.



المصدر: اعداد الباحثة بالاعتماد على DataReportal & Arab Social Media Report

حيث يشير إلى ثلاثة مؤشرات أساسية تمثل ملامح التحول الرقمي في العالم العربي، وهي: عدد مستخدمي الإنترنت، عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، ونسبة اعتماد سكان منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا على هذه المنصات كمصدر للأخبار. وتشكل هذه المؤشرات معاً قاعدة لفهم ديناميكيات الإعلام الرقمي وتحوله نحو فضاء أكثر لامادية وتفاعلية.

ثالثاً: حقوق التأليف والنشر في البيئة الرقمية - الواقع والتحديات

1. طبيعة حقوق التأليف في البيئة الرقمية

شهدت حقوق النشر والتأليف في البيئة الرقمية تحولاً جذرياً نتيجة الثورة التكنولوجية وتوسع استخدام الإنترنت، حيث انتقلت عمليات إنتاج وتوزيع المحتوى من نطاقها التقليدي القائم على الوسائط المادية إلى فضاءات رقمية تتسم بالانفتاح والسرعة والانتشار العالمي. هذا التحول خلق تداخلاً بين الحقوق الاقتصادية والأدبية للمؤلفين وبين قدرات منصات النشر الرقمية التي أتاحت سهولة نسخ المحتوى وإعادة إنتاجه دون إذن أو مقابل. كما أدى إلى تغيير طبيعة الملكية الفكرية نفسها، إذ لم تعد محصورة في كتاب أو منتج مادي يمكن تتبعه، بل أصبحت بيانات ومحتويات افتراضية قابلة للانتقال والتعديل والمشاركة بسهولة، وهو ما جعل حماية الحقوق أمراً أكثر تعقيداً ويتطلب تحديثاً جوهرياً في التشريعات. وقد أشار العديد من الباحثين (عبد الغني، 2019) إلى أنّ البيئة الرقمية فرضت تحديات جديدة تتعلق بإثبات ملكية المصنفات، تتبع عمليات القرصنة، وضبط آليات الاستخدام العادل، مما يستدعي تبني تشريعات أكثر مرونة وفعالية تتناسب مع طبيعة الفضاء الرقمي.

تعد حقوق التأليف والنشر شكلاً من أشكال الملكية الفكرية التي تحمي الإبداعات الأدبية والفنية من الاستنساخ غير المصرح به، التوزيع، الأداء، وكذلك التعديلات (أعمال مشتقة). في البيئة الرقمية، يصبح مفهوم هذه الحقوق أكثر تعقيداً، لأن المصنفات ليست بالضرورة مادية (كالكتب أو الأقراص)، بل قد تكون نصوصاً رقمية، برامج كمبيوتر، قواعد بيانات، أو محتوى وسائط متعددة (صور، صوت، فيديو). هذه الطبيعة اللامادية تزيد من صعوبة تحديد من يملك الحق، وكيف ومتى يتم استغلال العمل، وما هي حدود الاستخدام المصرح به (قهوجي، 2020).

علاوة على ذلك، تحتم الاتفاقيات الدولية مثل اتفاقية برن وحمايات المنظمات مثل الويبو وجود إطار قانوني يُنظم حقوق المؤلفين على مستوى الدول، لكن التنفيذ يختلف من بلد عربي لآخر.

2. التحديات التشريعية والتنفيذية في العالم العربي

تواجه حقوق التأليف والنشر الرقمية في العالم العربي تحديات كبيرة من الناحية القانونية والتنفيذية. أولاً، غياب أو ضعف التشريعات الوطنية المخصصة للبيئة الرقمية يجعل كثيراً من الأعمال الرقمية غير محمية بالشكل الكافي، خاصة مع سرعة تطور التكنولوجيا التي قد تفوق وتيرة التحديث القانوني. ثانياً، ثقافة الانتهاك الرقمي — كقرصنة الكتب الإلكترونية أو مشاركة المحتوى عبر الشبكات بدون ترخيص — ما زالت منتشرة في بعض الدول، مما يقلص الدخل المحتمل للمؤلفين كما أن هناك صعوبات تنفيذية؛ فحتى عندما تكون التشريعات موجودة، قد تفتقر الجهات المختصة إلى البنية التحتية أو الموارد الكافية لملاحقة الانتهاكات الرقمية أو فرض العقوبات (شرف الدين، 2021). هذا الأمر يخلق بيئة غير متوازنة، حيث تستمر الممارسات غير القانونية دون رادع فعال.

1.2 التحديات التكنولوجية: الحقوق الرقمية وإدارة الحقوق الرقمية

تعد إحدى أبرز التحديات في البيئة الرقمية حماية الأعمال باستخدام التكنولوجيا نفسها، مثل أنظمة إدارة الحقوق الرقمية (DRM) تمكّن هذه الأنظمة القانونيين والناشرين من فرض شروط ترخيص دقيقة

تحدد من يمكنه الوصول إلى المصنف، وعدد مرات تحميله أو نسخه، وما إذا كان يُسمح بتوزيعه. ومع ذلك، يثير تطبيق هذه الأنظمة قضايا قانونية وأخلاقية؛ فهي من جهة أداة فعّالة لحماية حقوق المؤلفين، ومن جهة أخرى قد تُقيّد حرية الاستخدام من قبل المستخدمين، مثل حق الاستعارة أو الاحتفاظ بنسخة احتياطية. وفي هذا الإطار، تناول بحث عربي موضوع حماية البرامج الرقمية، مسلطاً الضوء على التعقيدات التشريعية المتعلقة بالنسخ الاحتياطي، الترخيص، والتدابير التكنولوجية.

2.2 تحديات الخصائص الرقمية للمصنفات والتحديات المنهجية

يملك المحتوى الرقمي خصائص خاصة تميّزه عن المصنفات التقليدية: إمكانية النسخ السريع، التوزيع العالمي الفوري، سهولة التعديلات، والتفاعل متعدد الوسائط. هذه الخصائص تجعل من الصعب ضبط حقوق التأليف بنفس الأسلوب التقليدي، لأن الرقمنة تسمح بتناسخ المصنفات بسرعة وبها عبر منصات متعددة، مما يعرض الحقوق للانتهاك بشكل أسهل.

من جهة تشريعية، يتطلب الأمر تحديثات دائمة للنظام القانوني لكي يراعي هذه الخصائص: لا يكفي قانون قديم مخصص للكتب الورقية، بل يجب وجود نصوص واضحة حول الملفات الرقمية، قواعد البيانات، التراخيص الرقمية، وإدارة حقوق النسخ. دراسات عربية أكدت على أهمية تطوير الأطر القانونية بحيث تشمل "المصنف الرقمي" بكل تنوعه.

من المنهجية أيضاً: إن حماية الحقوق الرقمية لا تقتصر على القوانين فقط، بل تحتاج إلى تدخل من البنية التحتية التقنية خوادم، تشفير، أنظمة DRM، ومن التوعية لدى الجمهور والمؤلفين حول حقوقهم وكيفية استعمالها.

3.2 التداعيات الاقتصادية والاجتماعية المترتبة عن انتهاك حقوق الملكية الفكرية

انتهاك حقوق التأليف في البيئة الرقمية له أبعاد اقتصادية واجتماعية مهمة اقتصادياً، قد يؤدي إلى القرصنة الرقمية، أو توزيع المحتوى بدون ترخيص إلى خسائر مالية كبيرة للمبدعين والناشرين، ما يضعف الحافز على الإبداع والإنتاج الثقافي. ورقة بحثية عربية تناقش كيف أن الرقمنة وانتشار انتهاكات الملكية الفكرية قد تساهم في إفلاس بعض الشركات التي تعتمد على الإبداع أو المحتوى كجزء من نشاطها. اجتماعياً، الجانب الأكثر ظُلماً قد يكون للمؤلف الفردي: عندما لا يحترم حقه في التوزيع أو المشاركة، قد يفقد وسيلة تحقيق عائد مالي من عمله، مما يؤثر على مستوى الإنتاج الإبداعي والاستدامة. كما أن ضعف الحماية القانونية قد يثبّت الكُتاب والمبدعين من نشر أعمالهم الرقمية خوفاً من الاستغلال غير المصرّح به.

رابعاً: تحولات صناعة المحتوى الإعلامي في عصر الذكاء الاصطناعي

يشهد قطاع الإعلام تحولاً جذرياً بفعل التقنيات المعتمدة على الذكاء الاصطناعي، التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من دورة إنتاج المحتوى، سواء على مستوى التحرير، المعالجة، الأرشفة، أو التوزيع. يمثل الذكاء الاصطناعي اليوم محركاً أساسياً لتطوير المحتوى الرقمي من خلال خوارزميات التعلم العميق، ومعالجة اللغة الطبيعية، وأنظمة التوصية الذكية التي تعيد صياغة العلاقة بين الجمهور والوسيلة الإعلامية. فقد أتاح هذا التطور قدرة غير مسبوقة على تحليل اتجاهات الجمهور، تخصيص المحتوى، والتنبؤ بطرق التفاعل، مما رفع فعالية المؤسسات الإعلامية وزاد من قدرتها على المنافسة في فضاء رقمي سريع التغير. ويشير عدد من الباحثين إلى أن الذكاء الاصطناعي لم يعد مجرد أداة مساعدة، بل أصبح جزءاً من البنية البنوية لاقتصاد الإعلام المعاصر بوصفه مورداً إنتاجياً جديداً يصوغ طبيعة المحتوى نفسه (عبد الحميد، 2018).

من أبرز الفرص التي يتيحها الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي قدرته على أتمتة المهام الروتينية، مثل تحرير النصوص، التفريغ الصوتي، تحليل البيانات، وتوليد المسودات الأولية للمواد الصحفية. كما تمكن الأدوات الذكية المؤسسات الإعلامية من إنتاج محتوى متخصص عالي الجودة بسرعة كبيرة، واعتماد نماذج جديدة لجذب الجمهور، مثل المحتوى المخصص، والصحافة التنبؤية، والصحافة المدعومة بالخوارزميات. بالإضافة إلى ذلك، يسهم الذكاء الاصطناعي في تعزيز موثوقية المحتوى من خلال تقنيات التحقق من المعلومات Fact-Checking، والكشف عن الشائعات عبر تحليل أنماط الانتشار على شبكات التواصل الاجتماعي. وقد تناولت دراسات عربية هذه التحولات، معتبرة أن الذكاء الاصطناعي يشكل فرصة لإعادة بناء صناعة إعلامية أكثر ابتكاراً وتفاعلية (عبد الغني ح.، 2021).

ورغم هذه الفرص، فإنّ الذكاء الاصطناعي يثير مخاطر بنيوية عميقة تتعلق بمعايير المصادقية وأخلاقيات المهنة وحقوق الملكية الفكرية. فقد أدى الانتشار الواسع للروبوتات الصحفية والأدوات التوليدية إلى ظهور محتوى غير دقيق أو مضلل، كما أسهم في زيادة مخاطر المعلومات الزائفة التي تنتجها تقنيات "التزييف العميق" Deepfake، وهو ما يهدد الثقة العامة في وسائل الإعلام. إضافة إلى ذلك، تثير خوارزميات التوصية الذكية إشكالية "فقاعات المعلومات" Information Bubbles التي تُحصر من خلالها اهتمامات الجمهور في نطاق ضيق، مما يقلل من التنوع الإعلامي ويعزز الاستقطاب الاجتماعي. وترى الأدبيات العربية المعاصرة أنّ المؤسسات الإعلامية بحاجة إلى أطر تنظيمية وأخلاقية جديدة تحدّ من الاستخدام غير المسؤول للذكاء الاصطناعي، بما يحافظ على القيم المهنية الأساسية كالشفافية، الموضوعية، والمسؤولية التحريرية (كمال، 2022).

كما تتعمق المخاطر عندما يتعلق الأمر بحقوق التأليف والنشر، إذ إن المحتوى المنشأ عبر الذكاء الاصطناعي يخلق تحديات قانونية حول هوية المؤلف، حدود المسؤولية، وأحقية الملكية الفكرية. فهل ينتمي المحتوى لصانع الأداة؟ أم للمستخدم؟ أم للخوارزمية ذاتها؟ وقد ناقش عدد من الباحثين هذه الإشكالية، مؤكدين أن البيئة الرقمية الحديثة تتطلب إعادة صياغة التشريعات التقليدية بما يتناسب مع نماذج الإنتاج التوليدي الجديدة، خاصة في ظل غياب إطار قانوني عربي واضح ينظم ملكية المحتوى المنشأ آلياً (عبد اللطيف، 2022)، كما تؤثر هذه التحديات على سوق العمل الإعلامي، حيث يؤدي الاعتماد المتزايد على الأتمتة إلى تهديد الوظائف التقليدية، وتغيير المهارات المطلوبة لدى الصحفيين، الذين أصبحوا مطالبين بإعادة التعامل مع الأنظمة الذكية بدلاً من الاقتصار على المهارات التحريرية الكلاسيكية.

وفي هذا السياق، يمكن القول إن الذكاء الاصطناعي يمثل قوة إعادة تشكيل شاملة لقطاع الإعلام، تجمع بين إمكانات هائلة في تطوير الإنتاجية والجودة، وبين مخاطر حقيقية تهدد مهنية العمل الإعلامي وحقوق العاملين والمبدعين. ويستدعي هذا الواقع بلورة سياسات إعلامية وتنظيمية عربية توازن بين تشجيع الابتكار وحماية القيم المهنية، مع ضرورة الاستثمار في تأهيل الكوادر الإعلامية، وتطوير تشريعات معاصرة للملكية الفكرية، وتعزيز الوعي المجتمعي بطرق التعامل مع المحتوى الذكي.

خامساً: التحولات التقنية في إدارة المحتوى الإعلامي

يشهد حقل إدارة المحتوى الإعلامي تحولات عميقة بفعل التطور السريع في تقنيات المنصات الرقمية، وأدوات تحليل البيانات، والبنى التحتية الذكية التي باتت تُوجّه عمليات التحرير، الأرشفة، التوزيع، والقياس. لم تعد المؤسسات الإعلامية تعتمد فقط على النظم التقليدية لإدارة المحتوى (Content Management Systems)، بل انتقلت إلى نظم أكثر تقدماً تعتمد على الذكاء الاصطناعي والتحليل التنبؤي والقدرات التفاعلية الممتدة عبر سلاسل القيمة الرقمية. هذا الانتقال تقوده ثلاثة متغيرات مركزية: أولاً، انفجار البيانات الإعلامية

وتزايد الحاجة إلى آليات ذكية لتصنيفها وفهرستها؛ ثانياً، ارتفاع مستوى المنافسة الرقمية الذي يتطلب إنتاج محتوى سريع الاستجابة لاهتمامات الجمهور؛ ثالثاً، تطور أدوات تحليل الرأي العام التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من استراتيجيات النشر.

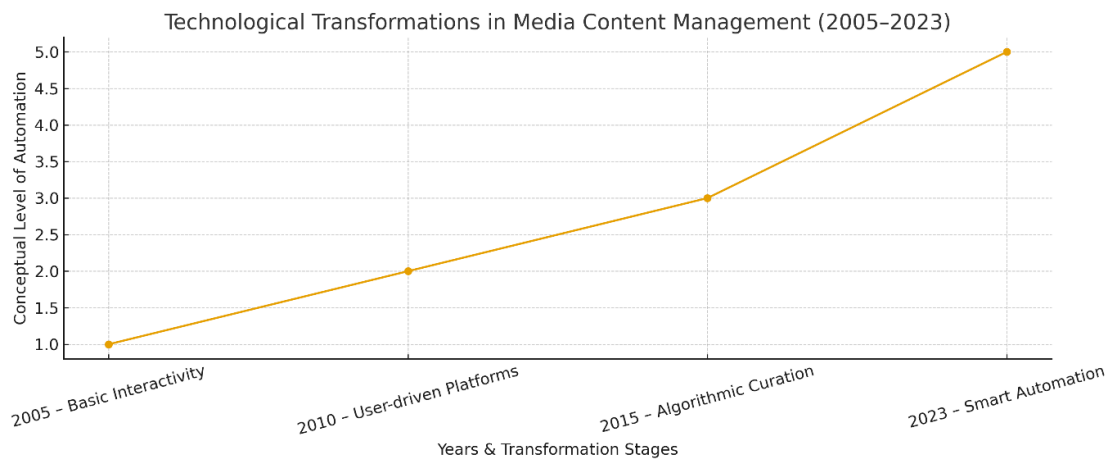
تُظهر الأدبيات العربية الحديثة أن إدارة المحتوى الرقمي أصبحت ذات طابع ديناميكي يعتمد على دورة مستمرة من جمع البيانات، تحليلها، إنتاج محتوى قائم عليها، تقييم الأداء، ثم إعادة الضبط وفقاً لمستجدات التفاعل (مكاوي والسيد، إدارة المؤسسات الإعلامية الرقمية، 2019). فالمنصات الإعلامية لم تعد تُنتج محتوى عاماً، بل محتوى موجه، شخصياً، ومبنياً على فهم معمق لسلوك الجمهور. وتستفيد المؤسسات في ذلك من خوارزميات التوصية، وأنظمة تحليل المشاعر، وخرائط تفاعل الجمهور، ما يرفع من قدرة المحتوى على الوصول والانتشار والتأثير.

يُضاف إلى ذلك التحوّل نحو الأتمتة التحريرية، حيث يتم دمج أدوات التلخيص الذكي، اكتشاف الموضوعات، واقتراح العناوين. هذا التحوّل لا يلغي دور الصحفي أو المحرر، لكنه يعيد تشكيله في اتجاه مهارات تحليلية وإشرافية، تعتمد على العمل التفاعلي بين الإنسان والآلة. وقد بيّنت دراسات عديدة في المنطقة العربية أن الأتمتة لا تُعد تهديداً مباشراً للمهن الإعلامية، بل تمثل فرصة لإعادة بناء بيئة عمل أكثر كفاءة، شريطة وضع ضوابط مهنية وأخلاقية واضحة (عبد الوهاب، 2021).

أما على مستوى التحديات، فإن الاعتماد الكبير على الخوارزميات يفرض تساؤلات حول الشفافية، العدالة، والانحياز الخوارزمي، خاصة عندما تُستخدم هذه الأدوات في تحديد المحتوى الذي يصل للجمهور. كما تطرح مسألة سيادة البيانات الإعلامية حساسية كبيرة في السياق العربي، إذ ما تزال معظم المنصات تعتمد على خدمات أجنبية لإدارة المحتوى والتحليل (عبد الحميد، التحوّل الرقمي في الإعلام: الأسس والتطبيقات، 2019). ومن ثَمَّ، تدعو الأدبيات إلى تطوير قدرات وطنية لإدارة المحتوى وحفظ البيانات، بما يضمن استقلال المؤسسات الإعلامية وحماية سيادة المعرفة الرقمية.

ويبيّن المنحنى البياني التالي المسار التصاعدي الذي عرفته تقنيات إدارة المحتوى الإعلامي خلال السنوات الأخيرة.

الشكل 3: تطور نظم إدارة المحتوى الإعلامي من التفاعلية إلى الأتمتة الذكية.



المصدر: اعداد الباحثة بالاعتماد على الأدبيات المتخصصة

حيث انتقلت المؤسسات الإعلامية من مرحلة التفاعلية البسيطة إلى مرحلة الأتمتة الذكية التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي ونماذج التعلّم الآلي.

المرحلة الأولى: التفاعلية الأساسية

تمثل هذه المرحلة بداية التحول الرقمي، حيث كانت التفاعلية في حدها الأدنى، تعتمد على أدوات بسيطة مثل التعليقات، والإعجابات، والمشاركة.

كانت علاقة الجمهور بالمحتوى علاقة أحادية الاتجاه تقريبًا، لكن مع بعض أشكال الاستجابة المحدودة. هذه المرحلة وضعت الأساس لفكرة أنّ الجمهور لم يعد مجرد متلقٍ سلبي، بل أصبح طرفًا فاعلاً.

المرحلة الثانية: المنصات القائمة على المستخدم

شهدت هذه المرحلة انفجارًا في المحتوى الذي ينتجه المستخدمون، مثل منصات يوتيوب وفيسبوك وإنستغرام.

هنا انتقل الجمهور إلى مستوى أعلى من المشاركة، إذ أصبح منتجًا وشريكًا في تشكيل المحتوى، مما دفع المؤسسات الإعلامية إلى تطوير أساليب جديدة لإدارة هذا الكم الهائل من المعلومات.

المرحلة الثالثة: الخوارزميات وتخصيص المحتوى

مثّلت هذه النقلة إحدى أهم التحولات في إدارة المحتوى، حيث بدأت المنصات تعتمد على خوارزميات متقدمة لتحليل سلوك المستخدمين واقتراح المحتوى المناسب لهم. حيث تغير نموذج الاتصال هنا من التفاعل الواسع إلى التخصيص الفردي، ما جعل إدارة المحتوى أكثر تعقيدًا وارتباطًا بتحليل البيانات الضخمة. بدأ المحتوى يُدار بطريقة آلية جزئيًا، من خلال توصية المحتوى، ترتيب المنشورات، والتنبيه باهتمامات الجمهور.

المرحلة الرابعة: الأتمتة الذكية

تمثل هذه المرحلة الذروة في تطور إدارة المحتوى الإعلامي، حيث لم تعد الخوارزميات مجرد أداة تصنيف، بل أصبحت قادرة على إنتاج المحتوى وتحسينه وجدولته وقياس أدائه بشكل آلي. تشمل هذه المرحلة:

• الذكاء الاصطناعي التوليدي

• أنظمة المونتاج الآلي

• روبوتات كتابة الأخبار

• أدوات تحليل التوجهات والسياقات

أصبحت المؤسسات تعتمد على نظم متكاملة قادرة على إدارة دورة حياة المحتوى بالكامل، من الإنتاج وحتى التوزيع.

وتخلص الدراسات إلى أن التحول التقني في إدارة المحتوى ليس مسألة أدوات رقمية فقط، بل تحولا بنيويا يعيد تعريف وظيفة المؤسسة الإعلامية، وآليات عملها، ونماذج تأثيرها، ما يستدعي بناء استراتيجيات عربية تتضمن سياسات للبيانات، نظم للتحقق، وبني تنظيمية تحمي الجمهور وتحفظ حقوق المبدعين.

سادسًا: نحو إطار قانوني وأخلاقي لحوكمة الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي

تسعى العديد من الدول والمؤسسات الأكاديمية إلى وضع إطار شامل لحوكمة الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، نظراً لما يطرحه من أسئلة قانونية وأخلاقية عميقة تتعلق بالشفافية، المسؤولية، العدالة الخوارزمية، وحماية الحقوق الفكرية. فالأطر القانونية التقليدية لحقوق التأليف والنشر، وحماية الخصوصية، وتنظيم المحتوى الإعلامي لا تكفي لاستيعاب التحديات التي يفرضها الذكاء الاصطناعي، خاصة فيما يتعلق بالمحتوى التوليدي، التزييف العميق، واستخدام البيانات المحمية في تدريب النماذج.

توضح الأدبيات العربية أن التحدي الأكبر يكمن في غياب تصور قانوني واضح حول "الفاعل القانوني" في بيئة المحتوى التوليدي؛ أي من هو المسؤول عن الانتهاكات أو الأخطاء الناتجة عن الخوارزميات؟ هل هو مطوّر الأداة؟ المستخدم؟ أم المؤسسة الإعلامية التي تعتمدهما؟ وقد أشار العتيبي إلى أنّ المنظومة القانونية العالمية ما تزال تتعامل مع الذكاء الاصطناعي بوصفه "أداة" وليس "كياناً قانونياً"، لكن توسع نطاق استخدامه يفرض إعادة النظر في مفاهيم المسؤولية القانونية، خاصة في المجالات الحساسة مثل الإعلام (العتيبي، 2023).

من الناحية الأخلاقية، يشكل الذكاء الاصطناعي نقطة تحول كبيرة في قيم العمل الإعلامي، إذ قد يؤدي الاستخدام غير المنضبط للخوارزميات إلى تعزيز الانحيازات، نشر معلومات مضللة، أو تشويه الحقائق عبر أدوات التزييف العميق، مما يهدد الثقة العامة في الإعلام. الدراسات العربية تدعو إلى تطوير "مدونات سلوك إعلامية رقمية" تأخذ بعين الاعتبار خصوصيات المحتوى التوليدي، وضرورة التصريح باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، وتحديد مسؤوليات المؤسسة التحريرية تجاه الجمهور (عبد المجيد، 2020).

أمّا على المستوى التشريعي، فالعديد من الدول العربية بدأت بالعمل على تحديث قوانين الملكية الفكرية وحماية البيانات، لكن هذه الجهود لا تزال مشتتة مقارنة بالتطور السريع للتقنية (بلقزيز، 2021). لذا، توصي الأدبيات بضرورة بناء إطار عربي موحد لحوكمة الذكاء الاصطناعي يستند إلى ثلاثة مبادئ رئيسية: 1. الشفافية الخوارزمية: إلزام المؤسسات الإعلامية بالإفصاح عن دور الخوارزميات في إنتاج أو تعديل المحتوى.

2. المساءلة القانونية: تحديد مسؤولية الأطراف المشاركة في إنتاج المحتوى الذكي ومسؤولية الانتهاكات.

3. حماية الحقوق الفكرية: وضع إطار واضح للملكية المحتوى التوليدي، والتعامل مع البيانات المحمية في تدريب النماذج.

كما تقترح الدراسات دمج تقنيات حماية الحقوق الرقمية، بما يسمح بتتبع أصل المحتوى وتاريخ تعديله، ومنع عمليات الانتحال أو التزييف. وفي الوقت نفسه، تدعو إلى تعزيز القدرات الرقابية الوطنية من خلال إنشاء وحدات متخصصة لمكافحة التزييف العميق، وتطوير مختبرات تحقق رقمي داخل المؤسسات الإعلامية والهيئات التنظيمية.

وتؤكد الأدبيات أنّ الحوكمة الفعالة للذكاء الاصطناعي في الإعلام لا تقوم فقط على التشريع، بل تحتاج إلى بنية أخلاقية مشتركة تجمع المؤسسات الإعلامية، الهيئات التنظيمية، المجتمع المدني، والباحثين، بهدف ضمان بيئة رقمية عادلة، شفافة، ومسؤولة، تحفظ حقوق المبدعين والمستخدمين على حد سواء.

سابعاً: مقترحات لتعزيز حماية حقوق التأليف في العالم الرقمي: حلول واستراتيجيات عملية

تشير التحديات المتنامية في البيئة الرقمية- من سهولة النسخ والقرصنة، إلى اتساع دائرة النشر على المنصات التفاعلية- إلى الحاجة الملحة لتبني استراتيجيات متكاملة تضمن حماية فعلية لحقوق المؤلف. وتستند هذه المقترحات إلى خبرات محلية ودولية، وإلى التحولات التي فرضتها التكنولوجيا على أنماط إنتاج المحتوى وتداوله.

1. تحديث التشريعات الوطنية وتوسيع نطاقها ليشمل المصنفات الرقمية

تتجه العديد من الدول إلى مراجعة قوانينها التقليدية لحقوق التأليف كي تستوعب التغيرات التي أحدثتها الرقمنة. ويشمل ذلك إدراج مفاهيم جديدة مثل:

- المصنفات الرقمية التفاعلية:

- المصنفات المنتجة بواسطة الذكاء الاصطناعي؛
 - إدارة الحقوق الرقمية ؛
 - قواعد الاستغلال عبر المنصات الإلكترونية.
- إنّ تحديث التشريعات يسمح بتحديد المسؤولية القانونية على المنصات الرقمية ويُيسّر إجراءات التقاضي في حال حدوث انتهاكات عبر الحدود.
2. تعزيز البنية القانونية والتنفيذية لحماية الملكية الفكرية
- لا يكفي الإطار التشريعي دون آليات تنفيذ فعّالة. لذلك تشكل المؤسسات المتخصصة مثل هيئات الرقابة الرقمية، ومكاتب الملكية الفكرية الإلكترونية، داعماً رئيساً لإنفاذ الحقوق. كما تسمح البنى التحتية التقنية—بما في ذلك أنظمة الرصد الآلي وتتبع النسخ غير المرخص—بمعالجة الانتهاكات المنتشرة على الشبكة بسرعة أكبر، وبمستوى أعلى من الدقة.
3. نشر الوعي المجتمعي بثقافة احترام حقوق المؤلف
- تُعد التوعية أحد أكثر العوامل تأثيراً في الحد من التعديات الرقمية. ويتطلب ذلك:
- إدماج موضوعات الملكية الفكرية ضمن المناهج التعليمية؛
 - تنظيم حملات توعوية تستهدف الجامعات والمبدعين وصناع المحتوى؛
 - رفع وعي المستخدم العادي بخطورة تحميل أو إعادة نشر محتوى دون إذن.
- وقد أثبتت التجارب الدولية أن تعزيز الثقافة القانونية لدى الجمهور يقلل نسب الانتهاكات بنسبة معتبرة.
4. تشجيع نماذج مرنة للترخيص والاستخدام المشروع
- أظهرت التجارب مثل Creative Commons و Open Access أن توفير خيارات مختلفة للترخيص يساهم في تشجيع الإبداع وفي الوقت ذاته يحفظ حقوق المؤلفين. وتدعم هذه النماذج:
- الاستخدام غير التجاري؛
 - المشاركة مع نسب الاقتباس؛
 - النشر المفتوح مع احتفاظ المؤلف بحقوقه الأصلية.
- كما أن نماذج الاشتراك المدفوع عبر المنصات الإعلامية ساهمت في الحد من القرصنة الرقمية في الدول التي اعتمدتها.
5. تسخير التقنيات الحديثة في حماية الحقوق
- تمثل التكنولوجيا نفسها-رغم كونها سبباً في انتشار الانتهاكات-إطاراً فعّالاً للحماية. وتشمل أبرز الأدوات:
- أنظمة DRM التي تنظم الوصول والاستخدام؛
 - التشفير المتقدم لمنع النسخ غير المشروع؛
 - تقنيات البلوكشين التي تُستخدم كسجلات شفافة ودائمة لحفظ حقوق النشر، وتتيح تتبع التداول الرقمي لأي محتوى بشكل موثوق.
6. تعزيز التعاون الدولي والإقليمي في مجال الملكية الفكرية الرقمية
- تفرض طبيعة الفضاء الرقمي-الذي يتجاوز الحدود الوطنية-ضرورة العمل ضمن تنسيق قانوني أوسع. ويمكن للدول العربية على وجه الخصوص تطوير:
- اتفاقيات مشتركة لحماية المصنفات الرقمية؛
 - آليات موحدة لملاحقة الانتهاكات عبر المنصات العالمية؛

• تبادل الخبرات التقنية والقانونية بين مكاتب الملكية الفكرية.

وقد أثبتت التجارب الأوروبية أن هذا التنسيق يقلّص الثغرات القانونية ويزيد من فعالية الرقابة.

II. خاتمة:

تبين هذه الورقة أن التحوّل الرقمي بما يشمل من توسّع في اقتصاد المعرفة، وتنامي دور المنصّات الرقمية، وصعود الذكاء الاصطناعي، قد أعاد تشكيل بنية الإعلام وطرق إنتاج المحتوى وملكية الأعمال الإبداعية. لقد أصبحت حقوق التأليف والنشر تواجه تحديات لم تكن مطروحة في البيئة التقليدية، إذ تداخلت الحدود بين الإنسان والآلة، وبين المؤلف والمستخدم، وبين المحتوى الأصلي والمحتوى المولّد. وفي ظل هذه التحولات، تظهر الحاجة إلى إطار قانوني رقمي مرّن قادر على استيعاب التطور التكنولوجي دون الإخلال بحقوق المبدعين أو إعاقه الابتكار.

كما تؤكد النتائج أن حماية الملكية الفكرية في العصر الرقمي لم تعد مسؤولية تشريعية فقط، بل أصبحت عملية متعددة الأبعاد تشمل:

- التشريع الرقمي المتجدد
- البنية التقنية والتشفير، DRM، توثيق البيانات
- الأخلاقيات الإعلامية
- التربية الرقمية للجمهور
- سياسات حوكمة الذكاء الاصطناعي

إنّ مستقبل الإعلام في العصر الرقمي يتطلب بناء منظومة معرفية متوازنة تضمن حرية الإبداع من جهة، وتحمي الحق في الملكية والخصوصية والشفافية من جهة أخرى. ولذلك تبقى الدعوة مفتوحة نحو تشريعات عربية موحّدة، وبحوث معمّقة، وشراكات مؤسساتية قادرة على تهيئة البيئة الملائمة لإعلام رقمي آمن، مستدام، وذو مصداقية.

الإحالات والمراجع:

Pavlik, J. (2019). *Journalism in the Age of Virtual Reality: How Experiential Media Are Transforming News*. New York: Columbia University Press.

Russell, S., & Norvig, P. (2020). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. New Jersey: Prentice Hall.

UNESCO. (2022). *Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence*. Paris.

- إبراهيم عبد الوهاب. (2021). *غرف الأخبار الرقمية والتحول الرقمي*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- حسام الدين الألوسي. (2018). *حقوق المؤلف والحقوق المجاورة في التشريعات العربية*. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- حسن عماد مكايي. (2020). *اقتصاديات الإعلام: الأسس والنماذج التطبيقية*. القاهرة: عالم الكتب.
- حسن عماد مكايي، و ليلي حسين السيد. (2019). *إدارة المؤسسات الإعلامية الرقمية*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- حسين إسماعيل عبد الغني. (2021). *الصحافة الرقمية والذكاء الاصطناعي*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- عبد الإله بلقزيز. (2021). *الحكومة الرقمية وتحولات الدولة والمجتمع*. بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- عبد الرؤوف كمال. (2022). *الصحافة الرقمية المتقدمة: الاتجاهات والتطبيقات*. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد القادر قهوجي. (2020). *حقوق النشر في عصر التكنولوجيا الرقمية*. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد الله بن محمد العتيبي. (2023). *الذكاء الاصطناعي والملكية الفكرية: إشكالات قانونية معاصرة*. الرياض: دار الجامعة الجديدة.
- علي عبد الفتاح شرف الدين. (2021). *أخلاقيات الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي*. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
- ليلى عبد المجيد. (2020). *أخلاقيات الإعلام الرقمي*. القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.
- محمد عبد الحميد. (2018). *الإعلام الجديد: التحول الرقمي وصناعة المحتوى*. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد عبد الحميد. (2019). *التحول الرقمي في الإعلام: الأسس والتطبيقات*. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد فريد عبد الغني. (2019). *حماية الملكية الفكرية في البيئة الرقمية*. بيروت: دار النهضة العربية.
- مصطفى عليان ريجي. (2017). *الصحافة الإلكترونية: المفهوم والتقنيات والاقتصاد*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- نادية فتحي عبد اللطيف. (2022). *الملكية الفكرية والتقنيات الذكية*. بيروت: دار النهضة العربية.