

The Digital Media and Information Integrity: Towards a Vision for the Future of Media Content Governance

وسائل الاعلام الرقمية وصحة المعلومات نحو رؤية مستقبلية لحوكمة المحتوى الإعلامي

حورية معلوي¹

Houria MALAOU¹

1 جامعة الجزائر3(الجزائر)،

malaouihouria608@gmail.com

تاريخ النشر: 2025/06/26

تاريخ القبول: 2025/04/15

تاريخ الاستلام: 2025/01/23

Abstract: The rapid expansion of digital technologies has paved the way for new forms of organizing, facilitated by increased data and knowledge exchange between individuals and organizations. This paper highlights the crucial role of digital governance in facilitating digitally enabled exchange relationships, and to this end, we propose a classification of digital governance models. This study highlights the crucial role of digital governance in facilitating digitally-enabled exchange relationships; to this end, we propose a classification of digital governance models, each of which is associated with specific oversight and coordination mechanisms.

Our study contributes to the development of the literature on digital governance as a tool for regulating digital content. One of the key findings of the study is that, through sound planning and prudent management, media organisations can remain at the forefront of the media landscape and contribute effectively to shaping the future of digital media.

Keywords: Digital governance, Digital transformation, Fake news, Control, Information.

المخلص: أدى التوسع السريع في التقنيات الرقمية إلى تمهيد الطريق لأشكال جديدة من المحتوى المدعوم بزيادة تبادل البيانات والمعرفة بين الأفراد والمنظمات في بيئات تناظرية تطرح تحديات جديدة لتصميم آليات حوكمة فعالة تضمن حقوق الأفراد و الهيئات معا. تسلط هذه الدراسة الضوء على الدور الحاسم للحوكمة الرقمية في تسهيل علاقات التبادل المدعومة رقمياً، ولتحقيق هذه الغاية نقترح تصنيفاً لأنماط الحوكمة الرقمية، حيث يرتبط كل منها بآليات محددة للرقابة والتنسيق. تساهم دراستنا في تطوير الأدبيات المتعلقة بالحوكمة الرقمية كأداة داعمة لضبط المحتوى الرقمي. ومن أهم نتائج الدراسة أنه من خلال التخطيط السليم والإدارة الحكيمة، يمكن للمؤسسات الإعلامية أن تظل في مقدمة المشهد الإعلامي وتساهم بفعالية في صياغة مستقبل الإعلام الرقمي. كلمات مفتاحية: الحوكمة الرقمية، التحول الرقمي، تزييف الأخبار، الرقابة، المعلومات.

المؤلف المرسل: حورية معلوي، الإيميل: malaouihouria608@gmail.com

مقدمة:

تتعرض الحكومات والشركات لضغوط متزايدة للتصدي للمحتوى وأشكال التعبير غير القانونية أو غير المرغوب فيها عبر الإنترنت، ولكن الحلول المتسارعة أو غير المتقنة قد تمثل تهديدا لحقوق الإنسان.

وتتباين القوانين والسياسات وأساليب الإشراف على المحتوى -التي من شأنها أن تحد من حرية التعبير من حيث التأثير على من هم أكثر عرضة لخطر انتهاكات حقوق الإنسان، بما في ذلك الصحفيين والناشطين والمدافعين عن حقوق الإنسان والأفراد من الجماعات المضطهدة أو المهمشة مثل النساء والأقليات العرقية أو الدينية وذوي البشرة الملونة ومجتمع الميم.

وحيثما تتخذ الشركات قرارات بشأن إزالة المحتوى أو تضخيمه على منصاتها، فإنها غالبا ما تتبع قواعدها الخاصة بطرق غير شفافة. وقد يتسبب أو يساهم تطبيق وإغفال هذه التدابير المتعلقة بالمحتوى في إحداث أضرار اجتماعية. ومما يثير القلق أن هذه الشركات تعتمد -بدافع تحقيق الأرباح- إلى المساهمة في نشر خطاب الكراهية والمعلومات المضللة والمحتويات غير القانونية وتسهيل الطريق نحو ممارسة التمييز.

وفي نفس الوقت، فإن الحكومات الساعية للسيطرة على تدفق المعلومات عبر الإنترنت تستخدم هذه القضايا ذاتها كذريعة لاتخاذ تدابير فضفاضة وغير متناسبة في جوهرها مثل حجب الإنترنت. وقد سعت الجهات الفاعلة في الدول في بعض الحالات أيضا إلى تفويض شركات خاصة للقيام بمراقبة عمليات التعبير وضبطها باستخدام طرق آلية تفتقر إلى الشفافية والجانب التصحيحي، وعدا ذلك لا تتماشى مع مبادئ حقوق الإنسان الدولية. ويمكن الاستفادة من هذه "الحلول" لإسكات مجتمعات برمتها ويمكن أن يؤدي ذلك إلى وقوع انتهاكات بالغة أو إلى إخفائها.

مفاهيم الدراسة:

المعلومات الخاطئة: هي المعلومات التي تنطوي على غلط في المعلومات ولكن لم تتم كتابتها أو نشرها بنية التسبب بالأذى. **سوء المعلومات:** هي المعلومات المبنية على أساس الواقع، ولكنها مستخدمة للتسبب بالأذى للأشخاص، أو مجموعة اجتماعية، أو منظمة، أو دولة.

المعلومات المضللة: هي المعلومات الخاطئة، وتتم كتابتها بنية التسبب بالأذى للأشخاص، أو لمجموعة اجتماعية، أو منظمة، أو دولة **اهداف الدراسة:**

تعزيز البنى الديمقراطية للمجتمع الفلسطيني من خلال دعم التثقيف والوعي الإعلامي بين الشباب، والوصول إلى المعلومات، وحرية التعبير.

2. دعم المؤسسات والجهات المحلية الفاعلة في مجال تعليم الإعلام، ومساعدتهم في عملهم لتثقيف جيل جديد من الصحفيين، والمواطنين الصحفيين، ومستخدمي وسائل الإعلام في المنطقة، ليصبحوا أكثر مسؤولية ومعرفة بالإعلام.

3. تعزيز المواطنة الفاعلة للشباب من خلال تمكينهم من المشاركة النشطة والبناء والمساهمة السلمية في المجتمع من خلال مختلف القنوات الإعلامية.

4. تعزيز قدرة الفلسطينيين في التعرف على وسائل الإعلام والدعاية المضادة ومقاومتها من أجل منع التطرف.

5. منع عملية الإقصاء الاجتماعي للفئات الضعيفة من الشباب مثل النساء، من خلال تخفيض متطلبات قبولهم في مؤسسات التعليم، وتعزيز فرصهم للعمل، والمشاركة في المجتمع وتوصيل صوتهم.

إن الهدف العام هو دعم المؤسسات والجهات المحلية الفاعلة في مجال تعليم الإعلام ومساعدتهم في عملهم لتثقيف جيل جديد أكثر مسؤولية ومعرفة بالإعلام من الصحفيين، والمواطنين الصحفيين، ومستخدمي وسائل الإعلام. ومن الممكن استخدام الدورة التدريبية وأجزاء منفردة منها بهدف تعزيز المعرفة الإعلامية لأي جمهور مستهدف.

نظراً لأهمية الموضوع وسائل الاعلام الرقمية وجب تأكيد ودراسة الموضوع وذلك لتوضيح صحة المعلومات لرؤيا مستقبلية لحكومة المحتوى الإعلامي.

ومنه نطرح السؤال كيف يتم تأكيد من صحة المعلومات وماهي الأدوات اللازمة لمعرفة الحقيقة؟

1. الممارسات للتحقق من صحة المعلومات في وسائل الاعلام الرقمية:

1.1. الأدوات وخطوات الأساسية للتحقق من الاخبار

أبرز طرق التحقق من الأخبار والصور والفيديوهات المنشورة على المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية، وهي:

- يجب أن يقوم الصحفي بوضع عنوان الخبر على محركات البحث ليتأكد من أنه موجود على المواقع الأخرى، وأن يضاهي المواقع ببعضها للتأكد من أنها ضمن المواقع الأكثر استخداماً للحصول على الأخبار على موقع إيكسا وذلك حتى لا تقع في فخ الأكاذيب والشائعات.
- يوفر محرك البحث جوجل مزايا عديدة للصحفيين للتعرف على المعلومات الأساسية عن الأشخاص أو الأماكن أو الأحداث، وذلك من خلال كتابة define في محرك البحث ويكتب بعدها الصحفي الكلمة التي يريد البحث عنها، وسيحصل على أفضل النتائج.
- أن يتأكد الصحفيون من توافر أكثر من مصدر في المواد الخبرية، وألا يرتدون النظارة الأيديولوجية العمياء، أو يتعاطفون مع جماعات معينة.

- كن متشككاً في العناوين الرئيسية التي نراها في timeline لصفحاتنا على موقع فيسبوك، لأنه قد تكون القصص الإخبارية الكاذبة ذات عناوين جذابة.

- يتعين على الصحفي أن يفكر جيداً في الأخبار التي يتداولها المستخدمون على الشبكات الاجتماعية ويتأكد من مصداقيتها أولاً، وذلك قبل مشاركتها على صفحته أو نشرها في المواقع الإخبارية التي يعمل بها.

- من أهم المواقع التي تساعد الصحفيين للتحقق من الصور، هي: موقع Tineye ، وموقع izitr ، و google images .

- ويستطيع الصحفي التحقق من مقاطع الفيديو عن طريق الاستعانة بموقع Youtube Data viewer الذي أنشأته منظمة العفو الدولية.

2.1. الجانب المظلم من الإنترنت والأخبار الكاذبة والمزيفة:

تهدف الصحافة بالأساس لأن تكون موضوعية، ونقدية، ومستقلة، ودائمة التطور، وتحكمُ القوانين الإقليمية والدولية الصحافة المهنية، هذا إلى جانب التنظيم الذاتي وأخلاقيات الصحافة.

يتعرض الأشخاص لكم هائل من الرسائل الإعلامية، مثل الأخبار، والصور، ومقاطع الفيديو، وغيرها. وبالنظر إلى الوصول الكبير للإعلام والإمكانيات التي تمتلكها التقنيات الحديثة المتاحة، فمن الضروري إدراك أنه لا يمكن اعتبار جميع أشكال الإعلام على أنها

صحافة، أو اعتبار أن التنظيم الذاتي يحكمها

جميعها، أو حتى أنها صادقة. فمثلا، هناك محتوى تطفى عليه الشائعات أو المعلومات المضللة، تماما كما يمكن أن يحدث في التواصل المباشر بين الأشخاص. فلا ينبغي على الصحفيين ولا على المواطنين تصديق المحتويات التي يرونها بشكل كلي، دون النظر إلى مصدر هذه المعلومات (ناصر، 2020 ، صفحة 78)

وعند مناقشة موضوع الجانب المظلم من الإنترنت، فإنه يمكن تقسيمه إلى منطقتين:

الأولى سوداء، والثانية رمادية، وتمثل المنطقة السوداء الأنشطة غير القانونية عبر الإنترنت مثل الاختراق، والاحتيال، وغيرها من الجرائم. أما المنطقة الرمادية، فتمثل الأنشطة غير القانونية، ولكن يمكن اعتبارها على أنها لأخلاقية، مثل نشر المعلومات الخاطئة.

الإعلام المضاد) أو «الإعلام البديل»، «أو «الإعلام المضلل» (هو مصطلح يطلق على نوع الإعلام الذي عادة ما يكون عبر الإنترنت، وينشر المعلومات التي لا تتوافق مع ما تسمى «وسائل الإعلام الرئيسية» أو «وسائل الإعلام القائمة».

غالبا ما يتبع الإعلام المضاد في عمله نمط وأسلوب وسائل الإعلام القائمة، فبذلك يتمتع بنفس درجة مصداقية الصحافة في المجتمع، على الأقل بالنسبة لبعض القراء.

وعلى أي حال، ونظرا لأن الإعلام المضاد يميل لنشر المعلومات المتحيزة جدا والمشكوك بمصداقيتها، تقع مسؤولية التحقق من المعلومات، ونقد مصدر المعلومات على القراء أنفسهم، ولا يتبع الإعلام المضاد إرشادات الصحفيين.

ويمكن أن نعزو سبب شهرة الإعلام المضاد إلى أنه يمكن القراء من إيجاد المعلومات التي تمتنع وسائل الإعلام القائمة عن نشرها. ويمكن أن تشمل هذه المعلومات القضايا الراهنة التي تمتنع وسائل الإعلام

القائمة عن الإخبار عنها لأسباب أخلاقية أو سياسية، وغالبا ما يسعى ناشطو الإعلام المضاد إلى تعزيز هذه الفكرة في أذهاننا، فيميل الأشخاص الذين يبحثون عن هذا النوع من المحتوى للوثوق بالمعلومات التي تعزز وجهة نظرهم عن العالم من حولهم وتعزز معتقداتهم. أما مصطلح «الإعلام

المضاد» بحد ذاته، فهو جديد، ولم يثبت بعد بين المصطلحات المستخدمة، ولكن ظاهرة الإعلام المضاد آخذة بالانتشار، وبدأ البحث في المصطلحات المقبولة بشكل عام لوصفها (ناصر، 2020 ، الصفحات 79-80)

2. نصائح للأمن الرقمي

يمكن تجنب بعض الجوانب السلبية للإنترنت بسهولة باتباع تعليمات تذكيرية بسيطة:

1.1. الفيروسات والبرمجيات الخبيثة malwares:

يجب أن تكون لدى المرء برنامج لمكافحة الفيروسات وجدار حماية يتم تحميله على الكمبيوتر. أما إذا كنت غير متأكد تماما من ناشر البرنامج، فلا تقم بتحميله على جهازك.

2.2. حماية كلمة المرور:

تتضمن كلمة المرور الجيدة حروفاً كبيرة وأخرى صغيرة، وأرقاماً أو رموزاً. ولا تستخدم أيًا من الأشياء الخاصة التي تُعرف بك في كلمات المرور.

وقم بتغيير كلمات المرور من وقت لآخر.

لا تُعط كلمة المرور الخاصة بك إطلاقاً، أو معلومات بطاقة الائتمان أو المعلومات الشخصية عبر البريد الإلكتروني.

إذا صادفت عرضاً مالياً كبيراً على شبكة الإنترنت، مثل ميراث مفاجئ، لا تُصدق ذلك.

قم بعمل نسخ احتياطية لكافة الملفات الموجودة على جهاز الكمبيوتر الخاص بك. ويفضل استخدام جهاز تخزين خارجي إضافة إلى الخدمة السحابية على الإنترنت

3.2. التحقق من المعلومات يساعد في تجنب مشاكل الأخبار الكاذبة والمضللة:

أنتجت شبكات التواصل الاجتماعي محتوى بات يطلق عليه مؤخراً مصطلح «محتوى من إنتاج المستخدمين» بدوافع تختلف عن دوافع الصحفيين في الماضي، الذين أنتجوا محتوى في ظروف مهنية وأخلاقية محددة.

ولذلك، أضى من الضروري على المستخدمين التحقق من صحة المنشورات، ومحتواها، ودوافع منتجيها من أجل مواجهة الأخبار الكاذبة، والذي يمكن أن يوقعهم في شرك الطرق المتبعة من المستخدمين، التي تنطوي على نوايا حسنة وأخرى سيئة، أو طرق وأساليب غير صحيحة إنما شائعة.

وأحياناً يتم إنتاج الصور، أو المواقع الإلكترونية، أو الملفات الشخصية المزيفة، أو الأخبار مثل المحتوى

بنية الاحتيال على الآخرين من خلالها، وأحياناً يكون الدافع منها هو المكسب المالي، وأحياناً أخرى

تكون بنية التأثير على حملة إعلامية أو قضية ما.

ومن الممكن أن ينشر الأفراد، أو الناشطون، أو المؤسسات، المعلومات المضللة بنوايا حسنة ودون قصد. ولذلك، من المهم جداً قراءة المعلومات بصورة نقدية عند استهلاك الإعلام، خاصة عند المعلومات غير المتوقعة أو الجديدة.

وكما زادت مهنية حالات الاحتيال، كُتبت بتفاصيل أكثر. فيؤدي الموقع المزيف مثلاً إلى روابط لأخبار تتم ملاحظتها فقط من خلال النظر للعنوان الفعلي بعد النقر على المنشور، وذلك لأن الصور والنصوص المستخدمة تكاد تماثل تلك الموجودة على الموقع الأصلي دون التمييز فيها.

وينبغي على المستخدمين في ظل ظروف التواصل الجديدة هذه أن يفترضوا دوماً خطأ المعلومات المنشورة عبر الشبكات، وينبغي عليهم أيضاً التشكيك في صحة المعلومات والمحتوى، والتحقق الدائم، وتحليل المحتوى، والفصل بين المشاعر والعواطف عند

التعامل مع أي من هذه المنشورات حتى يتم التحقق من أهدافها. (Jorma, 2008, p. 80)

ولذلك، يجب التحقق من التفاصيل التالية:

1. التحقق من المصدر: من هو؟ وما هي دوافعه واهتماماته؟

2. التحقق من وقت تحميل:

أو نشر الصورة أو النص، قارن النص مع الوقت وابحث عما إذا كان توقيت الصور في النهار أو في الليل، وتحرر أيضاً في أي فصل من السنة أخذت الصورة، وقارنها بالمناظر في الصورة، وحلل الفرق في الوقت بينها.

3. تحقق من الموقع:

ابحث عن الصور عبر محرك البحث جوجل للتحقق من مواقعها، وقارنها مع ما تم نشره، وحدد الموقع الجغرافي لكل موقع، وقارنه مع الصور أو المنشورات التي تتحقق منها.

4. التحقق من الصور:

حفظها على جهاز الحاسوب الخاص بك، وحملها لموقع صور جوجل، وجد المصدر، وتحقق من مكان ووقت نشرها، وابحث عن أي تعديلات بواسطة برنامج فوتوشوب تمت على الصورة والجهات التي يمكن أن تكون وراء نشرها

5. التحقق من مقاطع الفيديو:

حمل الصورة المصغرة لمقطع الفيديو الذي تريد التحقق منه إما لموقع يوتيوب أو لمحرك البحث جوجل، وشاهد أين تم نشره سابقا، وتعرف على هوية الناشر، وحلل مواقع الصور في مقطع الفيديو، وتحقق أي تأثيرات صوتية، واتبع أيضا أي تعديلات تمت عند منتجة الفيديو، وانظر لوقت تحميل المقطع لموقع يوتيوب.

6. تحقق من المنشورات والتغريدات:

لا تصدق أي منشور أو تغريده تكون في صيغة بي دي أف (pdf)، عليك إيجاد مالك الحساب الأصلي والتأكد من أنه فعلاً لا قد نشر المنشور أو التغريدة من حسابه. وتأكد أنه لم يتم اختراق الحسابات التي تتحقق منها.

يملك مستخدمو الشبكة نوعين من أساليب التحقق المتاحة، أولهما التحقق المغلق الذي يتم عن طريق المستخدم فقط أو من خلال شخص محدد أو مستخدمين محددين. أما الثاني فهو أسلوب التحقق المفتوح، ويتم عن طريق التساؤل عن سلامة المعلومات التي يتم نشرها عبر الشبكة عن طريق التفاعل مع الآخرين، ولكن ينطوي النوع الأخير على المخاطر، نظرا لأن عملية التحقق من الشائعات يمكن أن ينتهي بها المطاف لأن تعيد نشر الشائعات، وقد تعرض عملية التحقق المعلومات الشخصية لبعض الأفراد للخطر بسبب اندفاع جماهيري كبير بسبب الموضوع والمطالبة في التحقق منه ومكان سكن هؤلاء الأشخاص. وقد تؤدي عملية التحقق هذه لتشكيل رأي عام مجابه لهم أو يمكن أن يحدد مكانهم، وبذلك يصبحون أفرادا مطلوبين. (Bastos, 2019)

7. الوصول إلى المعلومات والمعرفة

أصبح العالم شبكة من التواصل السريع مع المزيد والمزيد من الناس الذين يستخدمون الإنترنت أكثر من أي وقت مضى. ففي عام 2014، كان ما يقارب 42٪ من سكان العالم يستخدمون شبكة الإنترنت. وحسب الاتحاد الدولي للاتصالات، فإنه ومع نهاية عام 2018، كان 3.9 مليار شخص يستخدمون الإنترنت، أي ما نسبته 51.2٪ من عدد سكان العالم.

ومع ذلك، هناك تباينات هائلة في عدد المستخدمين عبر الفئات المختلفة من الناس. وهذا من شأنه أن يخلق مشاكل ذات صلة بالمساواة والتنمية، حيث إن كماً كبيراً من تبادل المعلومات والخدمات

المهمة يجري على الإنترنت. وبما أن إمكانية الوصول للمعلومات والمعرفة متفاوتة بين الناس، يصبح الوصول إلى بعض الخدمات أكثر صعوبة.

ومن بين أمور أخرى، يمكن أن تسبب الفروقات الجغرافية العالمية هذا التفاوت وعلى سبيل المثال، كان ما لا يقل عن 86.9 ٪ من مجموع السكان في أمريكا الشمالية يستخدمون الإنترنت في عام

2014. وفي أوروبا % 70 وفي الشرق الأوسط أقل من % 50، بينما تنخفض النسبة في أفريقيا إلى % 27.5 وهذه النسب آخذة في التزايد بشكل متسارع.

ففي أفريقيا مثلاً، وحسب إحصاءات الاتحاد، ارتفعت نسبة مستخدمي الإنترنت من % 2.1 عام 2005 إلى % 24.4 عام 2018. وهناك في هذا المجال فروقات إقليمية على نطاق أضيق أيضاً، مثل الفرق بين الأرياف والمدن التي قد تكون كبيرة حتى داخل الحدود الوطنية لنفس الدولة. وهذا على الأقل يفسر بعض التفاوت الموجود بين القارات. ففي أفريقيا مثلاً، بدأ التحضر مؤخراً إلى حد ما.

وقد يعود الكثير من التفاوت إلى الفروقات المالية أيضاً. على سبيل المثال، في عام 2019 وفي بعض الدول الأفريقية مثل أوغندا، هناك ضريبة يومية تسمى ضريبة مواقع التواصل الاجتماعي للدخول إلى منصات التواصل الاجتماعي، دون الإشارة إلى من الذين لا يستطيعون أصلاً الوصول إلى الإنترنت، حيث إن الإنترنت يتطلب بنية تحتية والعديد من الأجهزة التي لا تتوفر لأولئك الذين يعيشون في المناطق الأكثر فقراً، كما تفسر الفوارق المالية أيضاً بعض التباين في نسب الاستخدام داخل البلد الواحد.

وقد تكون أكثر العوامل تقييداً للوصول إلى المعلومات الضعف الذي يعتري حالة حقوق الإنسان، أو على وجه التحديد حرية التعبير في البلد المعني. مثلاً، في العديد من البلدان التي فيها أنظمة استبدادية إلى حد ما، فإن وصول المواطنين إلى الإنترنت مقيد ومراقب. وفي الصين مثلاً، فإن العديد من وسائل الإعلام الاجتماعي الأكثر شعبية مثل فيسبوك ويوتيوب، محظورة تماماً باستخدام جدران الحماية. (Maarit, 2013, p. 84)

3. أهمية وتأثيرات الاعلام الرقمي

1.3. أهم إيجابيات الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي :

1.1.3. وفرة المعلومات:

إن من أهم مميزات منصات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد أنها تتمتع بوفرة هائلة من المعلومات ، ذلك أنها لا تقتصر على الأخبار التي يوردها المراسل للوسيلة الإعلامية ، ولا على الوكالات الرسمية ، وإنما هي متاحة بيد الجميع ، وبالتالي فهي ترصد جميع تحركات الناس وأحوالهم وحوادثهم بكل يسر وسهولة ، ولكل فرد فيها صفة المراسل الذي يحمل في جعبته بعض الأخبار الجديدة.

2.1.3. وسيلة اتصال :

أصبحت الشبكات الاجتماعية بديلاً اتصالياً للوسائل الاتصالية الأخرى من هاتف وفاكس وتلكس وغيرها، واستحدثت أنماط جديدة من التفاعل الاجتماعي والاتصال بالآخرين دون التقيد بالموقع الجغرافي أو كلفة الانتقال أو عدم توافر الوقت اللازم للمقابلة، مما ساعد على تبادل الآراء بحرية على مستوى العالم، وتعتبر تكلفة الاتصال على الشبكات الاجتماعية أقل بكثير من تكلفة وسائل الاتصال الأخرى.

1. سهولة الاستخدام: إذ أنها لا تحتاج إلى معرفة عميقة بالتقنية ، وإنما فقط تحتاج إلى المعلومات الأساسية في استخدام الهاتف أو الكمبيوتر الشخصي.

2. وسيلة إعلامية: فهي الحامل والمحمول في نفس الوقت ، كما أنها رغم اقتصارها في بداياتها على وسائل الإعلام التقليدية التي حجزت لها مكاناً على الشبكة ، إلا أنها اليوم متاحة للمؤسسات والأفراد ، وقد نأى إلى يوم تقتصر فيه الصحافة على الصحافة الإلكترونية مع انقراض الصحافة الورقية ، كما سيغطي الإنترنت والهاتف الجوال على احتياجات التلفزيون والسينما والراديو .

3. كما تتميز أيضاً: باللامكانية و اللامكانية والقدرة على التفاعل .(المقدادي، 2011، صفحة 144)

2.3 أهم السلبات

1.2.3 فقدان الهوية وعدم الموثوقية: مع انتشار الإنترنت ووجود الهاتف الجوال في أيدي الغالبية العظمى من البشر في وقتنا الحالي فإن حاجة الإنسان العادي اليومية لتلقي الأخبار لم تعد مقترنة بتلك المحطات التلفزيونية أو المحطات الإذاعية المعروفة ، وإنما يكفي الغالبية اليوم بتصفح الأخبار التي يتم نشرها أو مشاركتها من قبل الأفراد ، أو الإعلاميين المستقلين . وكل هذا جعل الفضاء واسعاً رحباً معرضاً لكل أنواع الكذب والتضليل والأخبار الكاذبة والإشاعات.

2.2.3 الأخبار الزائفة Fake news : كما أسلفت فإن انتشار كل ما سبق من الأدوات ، وضخامة الفضاء المستقبل والحامل ، جعل من الصحافة الرقمية أكثر عرضة لحمل الأخبار الزائفة والعناوين المضللة ، والمعلومات الكاذبة .

3.2.3 عدم خضوعها للقوانين والأنظمة الصحفية المهنية: وبما أن الصحافة الرقمية غير محدودة بقوانين تنظم عملها حتى يومنا الحالي فإن ذلك جعل منها بؤرة خطيرة من يؤر انتشار خطابات الكراهية والعنصرية والترويج للأفكار الشاذة أو المنافية للأخلاق أو لاستقرار المجتمعات . (ميمي، 2018، صفحة 21)

4. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي والعيش في العالم الافتراضي:

يشرح الأكاديمي بوتر أهم القضايا الناجمة عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، مثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك الأفراد، والتنمر الإلكتروني والآثار السلبية المرتبطة به، والإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والعلاقات الاجتماعية غير الحقيقية المبنية على مواقع التواصل الاجتماعي، والتأثير المرتبط بمواقع التواصل الاجتماعي في سلوك الأفراد في مجال العلاقات العاطفية، والتعرض للكذب على مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضاً التأثير المرتبط بمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الأفراد في المجال السياسي وغيرها. وقدم بوتر أدلة على تأثيرات متنوعة لشبكات التواصل الاجتماعي، في العناوين المذكورة آنفاً، غير أن الكاتب لم يتطرق إلى دراسات ذات أهمية كبرى عن تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي في الصحة النفسية لمستخدميها.

صحيح أن المؤلف تناول مسائل مهمة كالإدمان والتنمر الإلكتروني، لكن ثمة عناوين لا يمكن تجاهلها في هذا السياق. ويكفي في هذا الصدد الإشارة إلى دراستين نُشرتا حديثاً، الأولى بعنوان: "شبكات التواصل الاجتماعي والصحة العقلية"، وتستعرض تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الصحة النفسية، وتخلص إلى أن الاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤدي إلى اضطرابات نفسية مثل الاكتئاب والقلق والوحدة (Ulvi & al, 2022, p. 08) والدراسة الثانية بعنوان "التربط بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والاكتئاب لدى الشباب في الولايات المتحدة"، وتبحث العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاكتئاب لدى الشباب في الولايات المتحدة. وتشير إلى أن الاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤدي إلى زيادة مخاطر الاكتئاب لدى الشباب في الولايات المتحدة. واستخدمت الدراسة عينة عشوائية تتألف من 2.037 شاباً في الولايات المتحدة، وتم قياس استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي ومستويات الاكتئاب بالاستعانة بأداة الاستبيان. ووجدت الدراسة أن الاستخدام المفرط

لشبكات التواصل الاجتماعي يزيد من خطر الاكتئاب لدى الشباب (Ariel Shensa & Al, 2016, p. 05) ، وهذا يبرز أهمية دراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في الصحة النفسية لدى الشباب، وهو من أهم الموضوعات المرتبطة بتأثيرات الإعلام الرقمي. هذا يقودنا إلى ما أورده الكاتب عما يعرف بـ"العوالم الافتراضية" وتأثيرها. والعوالم الافتراضية بيئات رقمية تعمل على خوادم متصلة بالإنترنت، وتوفر للمستخدمين الوسيلة لينغمسوا في تجارب بديلة عما يمكنهم أو يرغبون في تجربته في حياتهم الحقيقية. كما توفر هذه العوالم ما يسمى بـ"البيئات المستدامة"؛ مما يعني أنها تستمر في الوجود بأشكال مستقرة حتى عندما لا يكون الشخص في تلك العوالم. ومع ذلك، فإن العوالم الافتراضية ليست ثابتة ولا تتغير، بمعنى أن الزوار يمكن أن يؤثروا في الأحداث داخل هذه العوالم، ويمكنهم حتى "بناء حياة". استعرض الكاتب العديد من النماذج للعوالم الافتراضية التي تتراوح بين الألعاب والمنصات التعليمية والاجتماعية، مثل "سكند لايف (Second Life)" وهي منصة اجتماعية افتراضية تم إطلاقها عام 2003 وتتيح للمستخدمين إنشاء شخصيات افتراضية والتفاعل مع الآخرين وبناء وتكوين بيئاتهم الخاصة، ومثلها منصات "فارمفيل (FarmVille)" و"ذا سيمز (The Sims)"، وغيرها من الأمثلة التي لم ترد في الكتاب مثل "ماينكرافت (Minecraft)"، و"في آر تشات (VRChat)" ومنصات تنتمي إلى هذا النوع.

5. أخلاقيات الاعلام الرقمي:

1.5. مستقبل الإعلام التقليدي والرقمي والمنافسة بينهما:

لا يخفى على المتابع اليوم أن البساط بدأ فعلياً ينسحب من تحت أقدام الإعلام التقليدي لصالح الإعلام الرقمي، وهو - الأخير - رغم أنه لا يزال في طور النشأة إن صح التعبير، ولكنه استطاع أن يكون ذا تأثير على حياة الناس وتلقيهم الأخبار والمعلومات بشكل أكبر في السنوات العشر الأخيرة خصوصاً، وإذا ما دققنا في آراء المتابعين لقضية المنافسة بين التيارات، وإفرادهم أبحاثاً عديدة تنبأ بالمستقبل لكل منهما، فإننا نجد أنهم ينقسمون في آرائهم إلى ثلاث:

1. وأولهم من يقولون بأن الإعلام التقليدي انتهى، وأن القنوات التلفزيونية مثلاً بدأت بإحصاء الخسائر، وبالتالي فإن المستقبل للإعلام الرقمي الجديد.
2. ومنهم من يقول بأن الإعلام التقليدي باق لعشرات السنوات ربما، وخصوصاً في البلاد النامية والوطن العربي، ذلك أن غالبية الناس تستقي أخبارها من التلفزيونات الرسمية.
3. ومنهم من يذهب مذهباً وسطاً، وأنا معهم في هذا الرأي، الذي يرى بأن الإعلام التقليدي لا بد منه خصوصاً في الأحداث الكبرى التي تستدعي تدقيقاً في الخبر ومتابعة لتطوراتها، وأن المستقبل يتسع للشريكين معا (المقدادي، 2011، صفحة 158)

6. التحديات الرئيسية التي تواجه وسائل الاعلام الرقمية في ما يتعلق بصحة المعلومات

1.6. التحديات الأخلاقية والقانونية

1.1.6. تحديات الإعلام الرقمي الجديد:

- التحدي التشريعي: أمام هذا السيل الكبير الهائل من المعلومات، والتي تحتل الصحة والخطأ، والخبر العادي اليومي والخبر التحريضي والمثير للنعرات الطائفية أو الكراهية والعنصرية، فإنني أرى أنه لا بد من تشريعات على مستوى الدولة تنظم ولا تحتكر العملية، وهي بالفعل أصبحت ضرورة تحد من الآثار الجانبية للمعلومات التحريضية ونشر الكراهية.

- **التحدي السلوكي:** أرى أن الشباب خصوصاً أصبحوا أمام هوة كبيرة تسمى "الإدمان الإلكتروني" ومن هنا أرى أنه لا بأس بأن تقوم بعض الجهات العامة أو الخاصة بإنتاج بعض المواد التي تنبه إلى مساوئ الإدمان الإلكتروني وإلى ضرورة تنظيم الوجود على شبكة الإنترنت بشكل عام ، وعلى منصات التواصل الاجتماعي بشكل خاص (الأسوددي، 2011، صفحة 101)
- **تحدي الموثوقية:** لا حصر اليوم للمواقع والحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي ، وقد أصبحت جميعها بمثابة مناهل للإعلام بمعنى أو بآخر ، حيث أن غالبية الناس تستقي أخبارها منها ، وبالتالي فإن عدم وجود جهة رسمية وراء هذه الحسابات الشخصية والمواقع الإلكترونية ، يجعلها عرضة أكثر للميول الشخصية والمصالح الضيقة ، مما قد يجعل هذه الأخبار تحتل الخطأ بقدر ما تحتل الصبح ، وتحتل الخبايا السيئة بقدر ما تحتل النية الصالحة . ومن هنا فإن الموثوقية تشكل عاملاً أساسياً وتحدياً كبيراً أمام هذه المواقع والمنصات.
- **تحدي طمس الهوية الخاصة " الوطنية أو القومية " لحساب الهوية العالمي:**
- **تحدي الاستخدام الخاطئ للحرية الشخصية في استخدام هذه المنصات والمواقع ، ولعل أكثر ما يثير الخوف الفعلي في هذا الباب هو التطبيق الحديث نسبياً " تيك توك " الذي استقطب الغالبية الساحقة من الشباب ، وقدم الكثير من المغريات ليجذبهم إليه ، وبالتالي فقد وجد الشاب والمراهق نفسه أمام باب غير أصيل يتيح له ممارسة ما شاء في الوقت الذي يشاء ، وبدون أي رقيب . وبالتالي وجدنا انصرافاً رهيباً للشباب والمراهقين خصوصاً إلى هذا التطبيق الذي وجدوا فيه هويتهم وكيانهم بحسب اعتقادهم (الدبسي و الطاهات ، 2013 ، صفحة 70)**
- 7. **التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي**
- 1.7. **التحول السريع نحو الرقمنة**
مع التطور السريع للتكنولوجيا، تجد المؤسسات الإعلامية نفسها مضطرة للتحول من الوسائل التقليدية إلى الرقمية. هذا يتطلب استثمارات كبيرة في البنية التحتية الرقمية وتدريب الموظفين على أدوات ومنصات جديدة.
- 2.7. **التنافسية العالية**
تشهد الصناعة الإعلامية تزايداً في عدد المنصات الرقمية، مما يجعل المنافسة على جذب الجمهور والاحتفاظ به شديدة. المنصات المستقلة وشبكات التواصل الاجتماعي تضيف عبئاً إضافياً على المؤسسات الإعلامية التقليدية.
- 3.7. **الاعتماد على الإعلانات الرقمية**
الإعلانات هي المصدر الأساسي للإيرادات في الإعلام، ولكن مع انتشار الحجب الإعلاني (Ad Blockers) وزيادة المنافسة على الإعلانات الرقمية، تواجه المؤسسات صعوبة في تحقيق إيرادات مستدامة.
- 4.7. **تغير سلوك الجمهور**
الجمهور في العصر الرقمي يبحث عن محتوى سريع، مخصص، وتفاعلي. المؤسسات التي تعتمد على النماذج التقليدية تواجه صعوبة في تلبية هذه التوقعات، مما يؤدي إلى فقدان جمهورها لصالح منصات أخرى.
- 5.7. **انتشار الأخبار المضللة**

في عصر الانتشار السريع للمعلومات، تواجه المؤسسات الإعلامية تحديًا كبيرًا في الحفاظ على مصداقيتها والتميز بين الأخبار الحقيقية والمضللة، مما يتطلب تدقيقًا صارمًا ومصادقية عالية.

6.7. الأمن السيبراني

المؤسسات الإعلامية عرضة للهجمات السيبرانية التي قد تؤدي إلى تسريب بيانات حساسة أو تعطيل خدماتها. حماية البيانات وتأمين الأنظمة أصبح من التحديات الأساسية في العصر الرقمي.

7.7. التكيف مع تقنيات الذكاء الاصطناعي

رغم أن الذكاء الاصطناعي يوفر فرصًا كبيرة لتحسين الإنتاجية وتحليل الجمهور، إلا أن استخدامه يتطلب استثمارات ضخمة وفهمًا دقيقًا لكيفية دمجها في العمليات الإعلامية دون التأثير على جودة المحتوى.

8. إدارة وسائل الاعلام في العصر الرقمي:

1.8. المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي

إدارة المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي تعني تبني استراتيجيات مبتكرة وتقنيات متطورة لمواكبة التغيرات السريعة التي أحدثتها الثورة الرقمية في صناعة الإعلام. في هذا العصر، أصبحت المؤسسات الإعلامية مطالبة بالتكيف مع نماذج جديدة للإنتاج والتوزيع، حيث تعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا الرقمية، الذكاء الاصطناعي، وتحليلات البيانات لفهم جمهورها بشكل أعمق وتقديم محتوى مخصص يتماشى مع احتياجاتهم. إدارة المؤسسات الإعلامية الرقمية تتطلب أيضًا التركيز على إنشاء قنوات تواصل متعددة المنصات، مثل مواقع الويب، التطبيقات، وسائل التواصل الاجتماعي، والبث عبر الإنترنت، لضمان وصول المحتوى إلى أكبر شريحة ممكنة من الجمهور. كما تتطلب هذه الإدارة تطوير سياسات واستراتيجيات مرنة تواكب الاتجاهات الناشئة مثل الإعلام التفاعلي والبث الحي وتحقيق التوازن بين جودة المحتوى والسرعة في نشره. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن تستند الإدارة الرقمية إلى تعزيز التعاون بين فرق العمل المختلفة باستخدام أدوات حديثة لتحسين الإنتاجية. كما تبرز أهمية بناء شراكات مع شركات التكنولوجيا والتسويق الرقمي لتحقيق أقصى استفادة من الأدوات المتاحة. في المجمل، إدارة المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي ليست مجرد عملية تقنية، بل هي تحول شامل في طريقة التفكير والتخطيط والتنفيذ لضمان البقاء في بيئة تنافسية وتحقيق التأثير الإيجابي على الجمهور.

8.2. استراتيجيات ناجحة لإدارة المؤسسات الإعلامية الرقمية:

1.2.8 وضع رؤية رقمية واضحة

يجب أن تمتلك المؤسسة الإعلامية رؤية واستراتيجية رقمية شاملة توجه عملياتها وتحدد أهدافها. هذه الرؤية تتضمن فهمًا واضحًا لتوجهات السوق، الفئة المستهدفة، وطبيعة المحتوى الذي ستقدمه المؤسسة عبر المنصات الرقمية المختلفة.

2.2.8. تبني التكنولوجيا المتقدمة

اعتماد التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات يساهم في تحسين الإنتاجية وتخصيص المحتوى بناءً على اهتمامات الجمهور. كما يمكن استخدام الأدوات الرقمية لتحسين إدارة العمليات، مثل أتمتة المهام الروتينية وتتبع الأداء.

إنتاج محتوى مخصص ومتنوع

الجمهور الرقمي يتوقع محتوى مخصص يلبي اهتماماته. لذلك، يجب على المؤسسات الإعلامية تقديم محتوى متنوع يناسب المنصات المختلفة، مثل المقالات، الفيديوها، البودكاست، والمحتوى التفاعلي، مع الحفاظ على جودته وقيمته.

تعزيز الحضور على وسائل التواصل الاجتماعي

وسائل التواصل الاجتماعي تعدّ قناة أساسية للوصول إلى الجمهور في العصر الرقمي. المؤسسات الناجحة تستغل هذه المنصات لنشر محتواها، بناء العلاقات مع الجمهور، وتحليل التوجهات من خلال التفاعل المباشر.

الاستثمار في الكفاءات البشرية

تطوير مهارات العاملين في المؤسسة لتناسب مع متطلبات العصر الرقمي أمر ضروري. تدريب الموظفين على استخدام التقنيات الرقمية وفهم التوجهات الحديثة يساعد في تعزيز كفاءة العمل وتحقيق الابتكار.

1. قياس الأداء وتحليل البيانات

الاعتماد على أدوات تحليل البيانات لفهم أداء المحتوى والجمهور يمكن أن يساعد في تحسين القرارات الاستراتيجية. المؤشرات مثل معدلات التفاعل، عدد المشاهدات، ومعدلات التحويل تعطي رؤى دقيقة حول ما ينجح وما يحتاج إلى تحسين

2. تنوع مصادر الدخل

المؤسسات الإعلامية الناجحة تسعى لتنوع مصادر دخلها من خلال نماذج مبتكرة مثل الاشتراكات المدفوعة، الشراكات مع المعلنين، وإطلاق خدمات إضافية مثل المحتوى المميز أو الدورات التدريبية.

3. المرونة والابتكار المستمر

السوق الرقمي يتغير باستمرار، لذلك يجب أن تكون المؤسسات مرنة وقادرة على التكيف مع التغيرات السريعة. تبني الابتكار كأسلوب عمل يعزز من قدرة المؤسسة على مواجهة التحديات واستغلال الفرص الجديدة.

9. كيفية تحسين حوكمة المحتوى الإعلامي في العصر الرقمي:

تعتمد الحوكمة الإلكترونية على إنشاء أنظمة متكاملة من السجلات والمنصات الرقمية المترابطة، يتم تحليلها بواسطة خوارزميات ذكية قادرة على دعم اتخاذ القرار بسرعة ودقة أعلى. وقد أصبح الذكاء الاصطناعي حجر الأساس في هذا التحول، إذ يُستخدم في توقع الاحتياجات، وأتمتة المهام المتكررة، وتحسين تجربة المستخدم داخل بيئات العمل الإدارية.

اعتمدت مؤسسات بارزة حول العالم نماذج حوكمة إلكترونية مدعومة بالذكاء الاصطناعي لتعزيز عملياتها. فعلى سبيل المثال، تبرز إمارة دبي كمثال متقدم على التحول إلى نموذج حوكمة إلكترونية متكامل، حيث أطلقت حكومة دبي العديد من المبادرات الذكية مثل "استراتيجية دبي الذكية 2021" و"دبي بلا ورق"، والتي تهدف إلى رقمنة كافة المعاملات الحكومية وتوفيرها عبر منصات موحدة. كما تم إنشاء بنية تحتية رقمية متطورة مثل تطبيق "دبي الآن" الذي يتيح للمواطنين والمقيمين إنجاز أكثر من 130 خدمة حكومية وخاصة من مكان واحد، بما يعزز تجربة المستخدم ويختصر الوقت والجهد.

وفي هذا الإطار، يُستخدم الذكاء الاصطناعي كأحد الأدوات الداعمة ضمن منظومة الحوكمة، حيث يُوظف في مجالات محددة مثل تحليل البيانات، الردود التلقائية عبر روبوتات الدردشة، والتنبؤ ببعض الاحتياجات الخدمية، لكن دون أن يكون المحور الرئيس في النموذج الإداري، بل جزءاً من منظومة رقمية أوسع

10. التنظيم الحكومي: توصية بشأن حوكمة المحتوى

1. الالتزام بمبادئ ديمقراطية صارمة

يجب أن تحتوي الأداة القانونية الرسمية على ضمانات توفر حماية ملائمة يتم إنشاؤها من خلال عملية ديمقراطية تحترم مبدأ تعدد الأطراف ومبدأ الشفافية، ويجب أن تكون هذه الضمانات متناسبة مع هدفها المشروع.

2. اعتماد الملائمات والأمن والإعفاءات من المسؤولية

يجب حماية الوسطاء من تحمل مسؤولية محتويات الطرف الثالث بواسطة نظام الملاذ الآمن، ولكننا نعارض منح الحصانة الكاملة في نفس الوقت. ويجب أن تنطوي القواعد التي تحمي الوسطاء على طرق لمعالجة انتشار المحتويات غير القانونية.

3. عدم فرض الالتزام بمراقبة عامة

يُفترض أن مثل الالتزام بالمراقبة العامة تفويضاً تفرضه الجهات الحكومية الفاعلة بشكل مباشر أو غير مباشر على الوسطاء للقيام بمراقبة أنشطة للمحتوى والمعلومات التي يشاركها المستخدمون، وهو ما يمثل انتهاكاً للحق في حرية التعبير والنفاد إلى المعلومات.

4. تحديد آليات الاستجابة الملائمة

حتى تكون الاستجابة للمحتوى غير القانوني كافية وقادرة على حماية حقوق الإنسان، يجب أن يتم تحديد آليات الاستجابة ضمن التشريعات الوطنية، على أن تكون موضوعاً خصيصاً لفئات محددة من المحتوى، وأن تشمل إجراءات واضحة وأحكام بشأن الإشعار، بما في ذلك إشعار المستخدمين الذين يقومون بنشر المحتوى. (الأسوددي، 2011، صفحة 105)

5. وضع قواعد واضحة لحالات سقوط الإعفاء من المسؤولية

يجب أن يتم تحديد إطار قانوني يوضح مختلف القضايا المتعلقة بكيفية تمتع المنصات على الإنترنت بـ "معرفة فعلية بشأن المحتوى غير القانوني الموجود فيها مثلاً عند استلام أمر من المحكمة).

6. تقييم المحتوى الذي يخالف القانون بشكل واضح، بعناية وبأسلوب محدود

يعتبر المحتوى مخالفاً للقانون بشكل واضح عندما يكون من السهل تصنيفه على هذا النحو دون أي تحليل إضافي، مثل مواد الاعتداء الجنسي على الأطفال. وتندرج نسبة صغيرة فقط من المحتويات ضمن هذه الفئة، ولكن يجب إصدار حكمٍ مستقل على كل محتوى غير قانوني ليتصف فعلاً بذلك. ويجب أن تحرص الحكومات على عدم توسيع نطاق المصطلحات لتجنّب توسع مجال الرقابة. ويُمكّن تحمّل المنصات مسؤولية عدم حجب هذا المحتوى دون أمر من محكمةٍ مستقل في حالة واحدة وهي إثّر تلقي إشعار خاص من قبل طرف ثالث.

7. وضع تدابير "الإشعار واتخاذ الإجراءات" المبنية على احترام الحقوق

تتمثل تدابير "الإشعار واتخاذ الإجراءات" في آليات تتبعها المنصات عبر الإنترنت لغرض مكافحة المحتوى غير القانوني لدى تلقّي إشعار. ومن أجل تجنب رقابة واسعة على المحتوى الذي ينتجه المستخدم والذي يعتمد على السياق، نقترح التطرق إلى أنواع مختلفة من آليات "الإشعار واتخاذ الإجراءات" بناءً على نوع المحتوى الذي يجري تقييمه.

8. الحد من التدابير المؤقتة والاشتغال على الضمانات

يجب استخدام الحجب المؤقت للمحتوى إلا عندما يتعلق الأمر بمسائل يكون الوقت فيها حاسماً، ويجب أن يكون هذا الحجب محدداً

من حيث الوقت ومتقيّ ّ دا بأنواع معينة من المحتويات غير القانونية. ويجب تحديد هذه المتطلبات بوضوح بموجب القانون وذلك من أجل تجنب إساءة استخدام الدولة لهذه الأداة لتقييد النفاذ إلى المعلومات دون وجود إجراء مناسب لتحديد عدم قانونيتها.

9. أن تكون عقوبات عدم الامتثال متناسبة

إذا أصبحت العقوبات غير متناسبة - مثل حجب الخدمات أو سجن ممثلي المنصة - فمن المحتمل جدا أن يؤدي ذلك إلى الامتثال المفرط، مما قد يؤدي بدوره إلى الإضرار بحرية التعبير والنفاذ إلى المعلومات المتبادلة على المنصات عبر الإنترنت.

10. استخدام التدابير الآلية فقط في حالات محدودة

غالبا ما يكون استعمال التدابير الآلية لكشف المحتويات غير القانونية أمرا ضروريا نظرا للكم الهائل من المحتويات الذي تتم مشاركتها على المنصات عبر الإنترنت. ومع ذلك، فإن هذه التدابير الآلية ليست قادرة على تأويل وفهم سياق المحتوى كما ينبغي، قبل استهدافه بالحجب أو الإزالة. وبالتالي، يجب أن يبقى استخدام هذه التدابير الآلية محدودا بصرامة من حيث النطاق وأن يستند إلى قوانين واضحة وشفافة وأن يشتمل على ضمانات مناسبة للتخفيف من التأثير السلبي المحتمل على حقوق الإنسان الخاصة بالمستخدمين.

11. تشريع ضمانات للإجراءات القانونية الواجبة

لتوفير اليقين القانوني والقدرة على التنبؤ والتناسب ضمن تدابير إزالة المحتويات، فإنه من الضروري وضع مسار محدد أولا لاتخاذ القرارات على أسس سليمة وثانيا للإشعارات وثالثا للإشعارات المضادة وذلك قبل القيام بأي شيء.

12. إنشاء التزامات هادفة متعلقة بالشفافية والمساءلة

لا يمكن للجهات التنظيمية مراقبة تنفيذ قوانين حوكمة المحتوى وتأثيرها إذا لم تصدر الدول والوسطاء تقارير حول الشفافية. ويجب أن تركز هذه التقارير على جودة التدابير المعتمدة عوضا عن كمية المحتوى الذي تمت إزالته من المنصات.

13. ضمان حقوق المستخدمين في الطعن والتدابير التصحيحية الفعالة

إن وقوع الأخطاء أمر لا مفر منه فيما يخص قرارات حوكمة المحتوى، ولهذا فإن آليات الطعن - بما في ذلك خيار الإشعارات المضادة لمقدمي المحتويات - تمثل الضمان الأساسي للوصول إلى إجراءات عادلة.

11. التنظيم الذاتي توصيات بشأن حوكمة المحتوى

1. منع الإضرار بحقوق الإنسان

يجب على المنصات أن تدمج حماية حقوق الإنسان في أي سياسات جديدة من البداية مع استشارة خبراء حقوق الإنسان بانتظام.

2. تقييم الأثر

ينبغي أن تتولى المنصات إجراء تقييمات عمومية، بشكل تشاركي ودوري، للإشراف على المحتوى والقرارات التصحيحية التي تشمل تقاسم المعلومات بشكل استباقي مع الباحثين والمجتمع المدني.

3. الشفافية

يجب أن تكون جميع معايير الإشراف على المحتوى والتصحيح وقواعدها وعقوباتها واستثناءاتها واضحة ومحددة ويمكن التنبؤ بها وأن تمكن المستخدمين من الاطلاع عليها على النحو المناسب مقدما. ويشمل هذا الأمر الحصول على موافقة واضحة وصريحة من المستخدمين فيما يتعلق بالقواعد التي تظم أنشطتهم على المنصة.

4. تطبيق مبادئ الضرورة والتناسب

يجب على العقوبات التي تفرضها المنصات إزاء المستخدمين جراء مخالفتهم لقواعد الإشراف على المحتوى أن تأخذ بعين الاعتبار عنصرى مدى فعاليتها وأثرها على حقوق المستخدم (الضرورة) وأن تكون متناسبة مع الضرر محل النظر. ولا يجب اللجوء إلى إجراء حظر مستخدم ما/منع مشاركته إلا في حال عدم وجود أي حلول ممكنة أخرى.

5. أخذ السياق في الاعتبار

ُ يجب ألا تطبق المنصات قواعد تعديل المحتوى بصيغة موحدة ملائمة للجميع، بل يكون من الضروري مراعاة مبادئ حقوق الإنسان والفوارق الاجتماعية والثقافية واللغوية عند اتخاذ قرارات الإشراف على المحتوى.

6. عدم المشاركة في التعسف أو التمييز المجحف

َ يجب أن يكون تطبيق قرارات الإشراف على المحتوى، المبني ّة على السياق والدقة، متسقاً ومنهجياً ويمكن التنبؤ به قدر الإمكان من أجل تجنب التعسف الذي قد يستهدف المجتمعات المهمشة بصفة جائرة.

7. تعزيز صنع القرار البشري

يجب أن تقلل المنصات من اتخاذ القرارات الآلية إلى أقصى حد بما أن البشر هم الأنسب لتقييم السياق. كما يجب تمكين المستخدمين من الحق في طلب مراجعة لقضيتهم من طرف إنسان.

8. إنشاء آليات الإشعار والمراجعة

يجب أن تقوم المنصات على شبكة الإنترنت بإشعار المستخدمين عند اتخاذ قرار بشأن الإشراف على محتوياتهم أو كلامهم ويجب أن يحتوي الإشعار على المعلومات المطلوبة لطلب مراجعة القرار.

9. توفير تدابير تصحيحية

يجب أن توفر المنصات تدابير تصحيحية فعالة لفائدة المستخدمين، مثل استعادة المحتوى الذي تمت إزالته في صورة تطبيق قواعد الإشراف على المحتوى عن طريق الخطأ أو بشكل مفرط.

10. الانخراط في الحوكمة المفتوحة

ينبغي أن توجه المنصات دعوة للمستخدمين ومختلف الأطراف المهتمة الأخرى للمشاركة في حوكمة تطبيقاتها وخدماتها، وهذا من أجل تحسين تقييم المخاطر المتعلقة بحقوق الإنسان

11. التنظيم المشترك

12. توصيات بشأن حوكمة المحتوى

1. اعتماد أطر قانونية تشاركية وواضحة وشفافة

ينبغي أن تكون القوانين المشتركة مرتكزة على إطار قانوني ملزم تعتمده الجهات الفاعلة الحكومية لتوفير ضمانات للمستخدمين وذلك بغرض تفعيل آليات المساءلة الضرورية.

2. عدم تحويل أو طمس مسؤوليات الجهات الفاعلة

َ لا ينبغي على الحكومات أن تسمح أو تشجع الجهات الفاعلة الخاصة على البت في قانونية المحتوى، الناتج عن المستخدم، أو تقييده.

3. منع إساءة الاستخدام

ينبغي أن تتجنب الدول أي إجراء قد يؤدي إلى إساءة استخدام التدابير التنظيمية المشتركة، مثل استخدام هذه التدابير لفرض رقابة عامة على المحتوى أو تشجيع الوسطاء على الإفراط في الامتثال أو في إزالة المحتوى الذي ينتجه المستخدم

13. خاتمة:

شهدت المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي تحولات جذرية نتيجة للتطورات التكنولوجية السريعة وانتشار المنصات الرقمية. أصبحت هذه المؤسسات تواجه تحديات كبيرة تتعلق بالمنافسة الشرسة، تغير عادات استهلاك الجمهور، وتراجع الإيرادات التقليدية. ومع ذلك، فإن العصر الرقمي يقدم فرصًا استثنائية يمكن استغلالها للنمو والتطوير، مثل الوصول إلى جمهور أوسع والاعتماد على أدوات التحليل لفهم التوجهات. في هذا المقال، سنستعرض مفهوم إدارة المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي، أهم التحديات التي تواجهها، الفرص المتاحة، واستراتيجيات النجاح في مواجهة التحولات الرقمية. تمثل إدارة المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي تحديًا معقدًا، ولكنه مليء بالفرص التي يمكن أن تعزز من استدامة هذه المؤسسات ونجاحها. يتطلب تحقيق التوازن بين مواجهة التحديات واستغلال الفرص استراتيجيات مدروسة تشمل الاستثمار في التكنولوجيا، تطوير الموارد البشرية، وتبني الابتكار في تقديم المحتوى. المستقبل الرقمي يفتح آفاقًا جديدة أمام المؤسسات الإعلامية، ولكن النجاح يعتمد على قدرتها على التكيف مع التحولات السريعة وتلبية احتياجات جمهور متغير باستمرار. ومن خلال التخطيط السليم والإدارة الحكيمة، يمكن للمؤسسات الإعلامية أن تظل في مقدمة المشهد الإعلامي وتساهم بفعالية في صياغة مستقبل الإعلام الرقمي.

المراجع

1. Ariel Shensa , و Al) .April , 2016 .(Association between Social Media use and Depression among U.S. Young Adults . *Depression Anxiety* P331 –323 ،
2. Bastos, J. (2019). Donald Trump Is My President!The Internet Research Agency Propaganda Machine. pp. 1-13.
3. Jorma, M. (2008). Journalistin etiikk. (p. 80). Gaudeamus
4. Maarit, J. (2013). *Hyvä journalisme: Käytännön opas kirjoit-tajalle*. Kansanvalistusseura.
5. Ulvi, O., & al. (2022, January 11). Social Media Use and Mental Health: A Global Analysis. *Epidemiologia*, pp. 11-25.
6. توفيق عبد المنعم ميمي. (أبريل, 2018). شبكات التواصل الاجتماعي الناشئة والتأثير. *مجلة كلية التربية في العلوم الإنسانية و الأدبية*، الصفحات 193-237.

7. خالد غسا نيوسف المقدادي. (2011). ، ثورة الشبكات الاجتماعية (المجلد 1). عمان: دار النفائس.عاصم ناصر. (2020).
التثقيف الإعلامي للراشدين . بيرزيت ، لبنان: المؤسسة الفنلندية للتعليم المستمر.
8. عبد الكريم علي الديبسي ، و زهير ياسين الطاهات . (2013). دور شبكات التواصل في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة الأردنيين.
دراسات ، صفحة 70.
9. مها نبيل الأسوددي. (2011). دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي. كلية التربية النوعية . مصر:
جامعة المنصورة.