

إعداد الطالبة: رغد البلخي
إشراف: د. هبة الحداد

دراسات نقدية ٣



الإعلام الرقمي ودوره في مواكبة الأزمات الصحية الطارئة ** محمد لهلال/ غيثة بدر اوي



الإعلام الرقمي ودوره في مواكبة الأزمات الصحية الطارئة

بين التواصل والتضليل

الطالبة الباحثة: غيثة بدر اوي، باحثة بسلك الدكتوراه، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، المحمدية

إشراف الأستاذ الدكتور: محمد لهلال، أستاذ بكلية الآداب والعلوم الإنسانية، المحمدية،

جامعة الحسن الثاني

مركز الدراسات في الدكتوراه "المجال، المجتمع والثقافة"

مختبر أبحاث التكامل المعرفي في العلوم الإنسانية والاجتماعية

المغرب

النظرية المستخدمة في الدراسة تتمحور حول "نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام"، وهي تركز على دور الإعلام في تقديم معلومات دقيقة وموثوقة، خاصة في الأوقات الطارئة مثل الأزمات الصحية. وتحاول هذه النظرية التأكيد على ضرورة أن يتبنى الإعلام استراتيجيات إعلامية مسؤولة تساعد في إدارة الأزمات بشكل فعال مع الحفاظ على الدقة والمصداقية.

النقد البناء لنظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام في سياق الدراسة:

١. التحديات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الإعلام الرقمي:

١. بينما تركز النظرية على ضرورة أن يتحمل الإعلام مسؤولية توصيل المعلومات الدقيقة والمستندة إلى مصادر موثوقة، فإن الإعلام الرقمي في عصرنا الحالي يواجه صعوبة كبيرة في تطبيق هذه المسؤولية بسبب تنوع المنصات وتعدد المصادر. يمكن أن يؤدي هذا التنوع إلى تضارب في المعلومات، مما يضعف مصداقية الإعلام الرقمي في أوقات الأزمات.
٢. مع انتشار الأخبار الكاذبة والشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي، قد يكون من الصعب ضمان دقة المعلومات، حتى مع تطبيق المعايير المهنية الصارمة. لذلك، من الضروري أن يتم دعم الإعلام الرقمي بأدوات وتقنيات جديدة للتحقق من صحة الأخبار.

٢. إشكالية الحياد في الإعلام الرقمي:

١. في سياق الأزمات، مثل الأزمات الصحية الطارئة، يتعرض الإعلام الرقمي لضغوط قوية من الحكومات، الشركات، والمجموعات المؤثرة التي قد تسعى للتأثير على الرسائل الإعلامية بما يتناسب مع مصالحها. بينما تؤكد النظرية على الحياد والموضوعية في نقل المعلومات، وفي الواقع يصعب ضمان ذلك في ظل هذه الضغوط.
٢. علاوة على ذلك، قد تسيطر بعض المنصات على الخطاب العام من خلال خوارزميات قد تعزز الرؤية الأحادية أو تروج لمعلومات خاطئة بغرض جذب الانتباه، ما يهدد بدوره مبدأ المسؤولية الاجتماعية في الإعلام.

٣. التركيز على وسائل الإعلام التقليدية على حساب الإعلام الرقمي:

١. تعتمد النظرية في جزء منها على الإعلام المطبوع أو المرئي كوسائل تقليدية للتحقق من المعلومات. إلا أن الإعلام الرقمي أصبح اليوم هو المصدر الرئيسي للمعلومات للأجيال الجديدة، وتركز النظرية بشكل أقل على القضايا المرتبطة بالتحقق الفوري وواقع الإعلام الرقمي مثل التفاعل المباشر مع الجمهور أو السرعة في نشر المعلومات.
٢. تحسين تعامل الإعلام الرقمي مع الجمهور خلال الأزمات يتطلب تقديم استراتيجيات جديدة غير تلك المتبعة في وسائل الإعلام التقليدية، مثل كيفية تعزيز محو الأمية الإعلامية وتدريب الجمهور على فحص مصداقية الأخبار بشكل أسرع وأكثر دقة.

٢. الافتقار إلى منهجية للتحقق من الأخبار والمحتوى المضلل:

• بالرغم من أن النظرية تدعو الإعلام إلى تبني معايير أخلاقية عالية، إلا أنه لم يتم توضيح كيفية تعامل الإعلام الرقمي مع المحتوى المضلل بشكل منهجي. في الأزمات، يحتاج الإعلام الرقمي إلى استراتيجيات فعالة للتعامل مع الأخبار الزائفة بشكل سريع، مثل استخدام الذكاء الاصطناعي أو منصات التحقق المستقل لتقليل تأثير المعلومات المغلوطة.

٣. التفاعل بين الإعلام والجمهور:

• تركز النظرية بشكل أساسي على دور الإعلام في تقديم المعلومات والتوجيه، لكن في العصر الرقمي، أصبح هناك تفاعل متبادل بين الإعلام والجمهور. فالجمهور اليوم لم يعد مجرد متلقي سلبي بل أصبح جزءاً من العملية الإعلامية، من خلال التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي. هذا يطرح سؤالاً عن كيفية ضمان التفاعل المسؤول والمستنير للجمهور في سياق الأزمات.

• يمكن تعزيز النظرية بتقديم أدوات إعلامية تشجع على المشاركة الفعالة والبناءة بين الإعلام والجمهور، بدلاً من مجرد تقديم المعلومات كحقائق ثابتة.

التوصية:

• من المهم تطوير النظرية لتشمل آليات خاصة بالإعلام الرقمي مع ضمان شفافية أكبر في التعامل مع المعلومات، باستخدام تقنيات حديثة للتحقق من الأخبار وضمان تنوع المصادر.

• ينبغي أيضاً دمج تقنيات جديدة مثل الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات والتحقق من الأخبار للمساهمة في مكافحة التضليل بشكل أكثر فاعلية.

إجمالاً، على الرغم من أهمية نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام في الأزمات، فإن تطبيقها في الإعلام الرقمي يحتاج إلى مزيد من التطوير ليناسب مع التحديات الجديدة التي تطرأ في العصر الرقمي.