

الإعلام الرقمي التحديات والحلول

إعداد:

أ/ أسماء جمال خميس عبد العال^١

إشراف:

أ.د/ عيد عبد الواحد علي^٢

أ.م.د/ وائل صلاح نجيب^٣

المستخلص:

هدف البحث الحالي إلى إلقاء الضوء على مصطلح الإعلام الرقمي، فهو أحد المصطلحات التي ظهرت في الجزء الأخير من القرن العشرين كنتيجة للتحويلات الهائلة في مجال الإعلام والاتصال، ويشمل هذا المصطلح دمج وسائل الإعلام التقليدية مع القدرة التفاعلية لتكنولوجيا الاتصالات والإنترنت، وأصبحت وسائل الإعلام الرقمية من أكثر وسائل الإعلام أهمية لدي جميع فئات المجتمع، ويتطرق البحث الحالي إلى مفهوم الإعلام الرقمي، ولمحة تاريخية عن ظهور الإعلام الرقمي، وخصائص الإعلام الرقمي، ومميزات الإعلام الرقمي، وأنواع الإعلام الرقمي، والتحديات التي تواجه الإعلام الرقمي، ويختتم البحث بتقديم عدد من المقترحات للتغلب على التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي، منها ضرورة سن قوانين جديدة لحماية خصوصية المستخدمين في مواجهة العصر الرقمي، وإعادة النظر إلى النصوص التشريعية القائمة للوقوف على مدى كفايتها لتحقيق تلك الحماية وتحديثها بما يتواءم مع التطور الهائل في الإعلام الرقمي، وضرورة إهتمام الدولة بالتنوع لمستخدمي الإنترنت والمواطنين بشكل عام من خلال عقد دورات تثقيفية حول كيفية حماية بياناتهم الشخصية.

الكلمات المفتاحية:

الإعلام - الرقمنة - الإعلام الرقمي.

^١ مدرس المساعد بقسم العلوم الأساسية - كلية التربية للطفولة المبكرة - جامعة المنيا
^٢ أستاذ المناهج وطرق تدريس اللغة الإنجليزية - وعميد كليتي التربية والتربية للطفولة المبكرة - جامعة المنيا.
^٣ أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد - ورئيس قسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة المنيا.

Digital-Mass media: Challenges and Solutions

Abstract:

The current research aims to cast light on the concept of digital -Mass media, which is one of the terms that emerged in the late twentieth century as a result of massive changes in the field of media and communication. This term encompasses the integration of traditional media with the interactive capabilities of communication technology and the Internet. Digital -Mass media has become one of the most important forms of media for all segments of society. The current research discusses the concept of digital-Mass media, provides a historical overview of the emergence of digital-Mass media, explores the characteristics and features of digital-Mass media, identifies different types of digital-Mass media, and addresses the challenges faced by digital-Mass media. The research also concludes by providing several suggestions to overcome the challenges, including the need for new laws to protect user privacy in the digital age, a review of existing legislation to assess its adequacy in providing such protection, and updates to align with the significant developments in digital-Mass media. It also emphasizes the importance of state-sponsored awareness programs for internet users and citizens in general, through educational courses on how to protect their data.

Keywords:

Media -Digitization - Digital-Mass media.

مقدمة:

يشهد المجتمع المعاصر تحولات هائلة في مجال الإعلام والاتصال، وقد أدت تلك التحولات إلى ظهور تقنيات اتصالية وإعلامية حديثة أدت إلى التحول من وسائل الاتصال الجماهيرية ذات الاتجاه الواحد إلى تقنيات الاتصال التفاعلية ذات الاتجاهين، وظهر مصطلح الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي للتعبير عن هذه الظواهر الجديدة.

بات الإعلام الرقمي من أكثر وسائل الإعلام أهمية لدى جميع فئات المجتمع، وخاصة أنه بفضل التكنولوجيا أصبح أكثر الوسائل جذبًا وإبهارًا إذا ما قورن بالإعلام التقليدي، حيث تشتمل وسائل الإعلام الرقمي على الحاسبات الإلكترونية وعالم الإنترنت والدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات التكنولوجية الحديثة. (السبيعي، ٢٠١٩، ص. ١٨٨)^١

ووسائل الإعلام الرقمية هي مصطلح واسع النطاق ظهر في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمكتوبة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات حيث تتيح وسائل الإعلام الرقمية إمكانية الوصول للمحتوى في أي وقت وفي أي مكان ومن أي جهاز رقمي وكذلك التفاعلية وتعليقات المستخدمين والمشاركة الخلاقة. (عامر، ٢٠١٧، ص. ٥٣٩)

وتحظى وسائل الإعلام الرقمية بمختلف أشكالها وأنواعها باهتمام كافة أفراد المجتمع بمختلف طبقاته، ويكاد اليوم لا يخلو بيت من الأجهزة المتطورة مثل أجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية وغيرها فضلاً عن استخدام الإنترنت واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل (اليوتيوب، فيس بوك، تويتر) وغيرها من المواقع والتطبيقات الرقمية التي تلقى إقبالاً كبيراً. (عبد المالك، ٢٠٢٢، ص. ١٧)

إن وسائل الإعلام الرقمية تمثل بحد ذاتها تطوراً كبيراً ومتوقفاً على وسائل الإعلام الأخرى التقليدية، وأدى ذلك إلى ثورة هائلة في نمط الاتصال ليقود عالمنا إلى مجتمع معلومات اتصالي، ولتقود تكنولوجيا الاتصال الرقمي ثورة في مجموعة من الميادين كما أن ما يميز الإعلام الرقمي أنه متاح لجميع البشر مهما اختلفوا كما أنه لا يعترف بقيود الإعلام التقليدي كما يتميز بتدفق المعلومات ويقوم بتوفير فرص للحصول على المعلومات بطريقة لم تتوفر للمتلقي من قبل، لا من حيث الوسائل أو النوع أو الكمية. (الحازمي، ٢٠٢١، ص. ٢٣٨١)

مفهوم الإعلام الرقمي Digital-Mass media:

أولاً: مفهوم الإعلام:

عرفه الحمداني (٢٠١٥، ص. ١٤ : ١٥) بأنه: عملية تهدف إلى توعية وتثقيف وتعليم وإقناع مختلف فئات المجتمع التي تستقبل موارده المختلفة، وتتابع برامجها المتنوعة، وهو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في

^١يسير التوثيق وفق نظام APA7 (الاسم الأخير للمؤلف، السنة، الصفحة)

واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

ثانياً: مفهوم الرقمنة:

عرف إبراهيم الرقمنة في وسائل الإعلام (٢٠٢١، ص.٥٧) بأنها: تعني أن جميع المعلومات أو البيانات الخاصة بوسيلة الإعلام يتم ترميزها على صورة أرقام، لذلك يطلق البعض على الإعلام الذي يستخدم الرقمنة بالإعلام عن طريق الإنترنت Online Media، والذي يتضمن الوسائط المتعددة مثل الصور المرئية والصوت.

ثالثاً: مفهوم الإعلام الرقمي:

عرفه قدوري (٢٠٢٣، ص.١٣) بأنه: مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية والوسائط المتصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل.

وعرفه إسماعيلي (٢٠٢٢، ص.٨٠) بأنه: إعلام يتجاوز الدور الإخباري لوسائل الإعلام التقليدية، ويوفر فرصة التفاعل والتواصل بين الناس للمشاركة بأنفسهم في صناعة الخبر ونشره بأقصى سرعة، كما يتجاوز حالة السكون التي طبعت مضامين الإعلام القديم إلى حالة الدينامية والتجدد المستمر، اعتماداً على ما تقدمه تكنولوجيا الإنترنت والتقنيات الإعلامية الجديدة من خدمات متنوعة.

وعرفه فقيه (٢٠١٧، ص.١٢٩) بأنه: استخدام تقنية الإنترنت في نشر وتبادل الأخبار والمعلومات والاتصال من خلال الأجهزة الإلكترونية بهدف التواصل الاجتماعي والثقافي والسياسي والإعلامي.

ومما سبق يتضح أن مصطلح الإعلام الرقمي يشمل جميع الأخبار والاتصالات التي تتم عبر الإنترنت سواء أكانت من خلال المواقع الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي أو حتى من خلال البريد الإلكتروني.

لمحة تاريخية عن ظهور مصطلح الإعلام الرقمي:

ظهر هذا المصطلح لأول مرة في عام ١٩٥٣ على يد البروفيسور والباحث الإتصالي الشهير مارشال ماكلوهان Herbert Marshall McLuhan، وقد استخدم هذا المصطلح عند حديثه عن تكنولوجيا الاتصالات the technology of communication وقدرتها على جمع المعلومات إلكترونياً. (عارف، ٢٠١٩، ص.٢٢١)

وقد عمل هذا المصطلح على التقسيم بينه وبين وسائل الإعلام القديمة كالتلفزيون والراديو ذات الاتجاه الخطي، ووسائل الإعلام الجديدة فهي ليست مجرد وسائط رقمية فحسب بل هي وسائط تفاعلية، وعليه تم تقديم العديد من التعريفات منها ما ركز على مستوى الوسيلة أو الاستخدام فيربطه بكل ما له علاقة بتطبيقات النشر الإلكتروني والإنترنت واستخدام أجهزة الكمبيوتر والهواتف النقالة والأجهزة المحمولة، ومنها ما ركز الفرد حيث يشير إلى الطرق الجديدة للاتصال في البيئة الرقمية

بما يسمح للأفراد من الالتقاء والتجمع عبر الإنترنت وتبادل الخبرات والمعلومات.
(مساعدى، ٢٠٢١، ص. ٨٤)

أما في الفترة الأخيرة فقد ذاع هذا المصطلح وقد اكتسب شرعيته داخل الأوساط الأكاديمية في الإعلام، والعلوم الإنسانية والاجتماعية، وقد اشتهر هذا المصطلح بعدة مسميات وألقاب فهو الإعلام الرقمي، والإعلام التفاعلي، والإعلام الشبكي، والإعلام الإلكتروني، والإعلام البديل. (عارف، ٢٠١٩، ص. ٢٢٢)

خصائص الإعلام الرقمي:

(١) الفردية:

يرفع الاتصال الرقمي من تميز الفرد، عندما توفر برامجه المتنوعة وبروتوكولاته قدرًا كبيرًا من الخيارات، التي منحت أطراف عملية الاتصال حرية أكبر في الاختيار والتجول والاستخدام وتقويم الاستفادة من العملية الاتصالية. وهو ما يعلي من شأن الفردية ويرفع من قيمتها؛ حيث يتم التمييز بين الحاجات الفردية للاتصال والقدرات الخاصة بأطراف العملية الاتصالية، ومن ثمّ التمييز في الكسب الفعلي لأطراف الاتصال في أي من مستوياتها. (فضل، ٢٠١٨، ١٤٣)

حيث يتمتع كل فرد بالتحكم المتساوي في المحتوى الذي يتعرض له أو يقوم بنشره، وبالتالي يمكن تخصيص المحتوى ليناسب الاحتياجات والاهتمامات الفريدة لكل فرد. (Crosbie, 2015, (p.3)

ولما صار الفرد مشاركًا في نشر المعلومة أو الخبر نجده أكثر ارتباطًا ومتابعة لما يقوله ويقدمه الآخرين من تفاعلات وتقييمات، فالفرد لم يعد متلقيًا عاديًا، بل وحدة إنتاج فهو بإمكانه إنتاج ونشر المحتوى. (علي، ٢٠٢٢، ص. ٦٠)

(٢) التكامل:

تمثل شبكة الإنترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكاله، والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بوظائفه وأشكاله في منظومة واحدة توفر للمتلقي الاختيارات المتعددة في إطار متكامل، فيمكن للفرد أثناء تعرضه لمواد إعلامية أن يختار من بينها ما يراه مناسبًا أو مطلوبًا للطباعة أو التخزين أو التسجيل على الأقراص المدمجة أو إعادة إرسالها إلى الآخرين عبر البريد الإلكتروني، فالنظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب الإتاحة والتعرض ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الإنترنت ومواقعها المتعددة.

(٣) التفاعلية:

وهذه السمة كانت تميز أشكال الاتصال المواجهي، بينما الاتصال الجماهيري كان يفتقدها تمامًا، وتعني التفاعلية Interactivity: انتهاء الاتصال الخطي أي الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل، وهو ما كان يتسم به الاتصال الجماهيري والجمعي اعتمادًا على وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية. (فضل، ٢٠١٨، ص. ١٤٣)

أصبحت التفاعلية السمة المميزة للوسائط الرقمية كشكل جديد من وسائل الإعلام يختلف تماماً عن وسائل الإعلام التقليدية التي تفنقد هذه السمة. P.18, (Dewdney & Ride, 2013) وقد أضافت زعتر (٢٠٢٠، ص. ٣٥) الخصائص الآتية:

- **تعدد الوسائط:** حيث يتم استخدام النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد.
- **التحديث:** والذي يتم بشكل مستمر ويتكيف مع البعد الزمني.
- **الحركة والمرونة:** حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة إلى أي مكان يريده المتلقي مثل الحاسب المتنقل، والهاتف الجوال.
- **الانتباه والتركيز:** نظراً لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادة سلبياً وسطحياً.

مميزات الإعلام الرقمي:

- إن وسائل الإعلام الرقمية باتت أداة للتواصل والتواصل بين الأفراد في مختلف بلاد العالم فهي بذلك قد ألغت المسافات المكانية والزمانية.
- إن وسائل الإعلام الرقمية تتيح محتوى متنوع يشمل مختلف المجالات، بالإضافة إلى سهولة فهم هذا المحتوى من قبل القارئ (طلابي، ٢٠١٦، ص. ٦)، فمع تطور المستحدثات الرقمية في عملية الاتصال وتعددتها، بالإضافة إلى إتاحة المحتوى الاتصالي وارتفاع القدرة على التخزين. أدى ذلك إلى التنوع في عناصر عملية الاتصال، والتي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف العملية الاتصالية بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للاتصال. (فضل، ٢٠١٨، ص. ١٤٣)
- تتميز وسائل الإعلام الرقمية باستخدامها للوسائط المتعددة بما في ذلك النصوص والصور الفوتوغرافية والفيديو والصوت مما يجعلها من أكثر الوسائل الإعلامية جذباً للمتلقي (Reid Chassiakos et al, 2016, p.2).
- أدى ظهور وسائل الإعلام الرقمية إلى تغييرات هائلة في عمليات الاتصال ومكوناته، حيث انتقلت من الفعل الخطي إلى العملية الاتصالية التفاعلية حيث وجدت تفاعلاً منقطع النظر، فأصبح الفرد يعيش في فضاء مفتوح يحتوي على كم هائل من المعلومات والبيانات ولا يكتفي بالقراءة والمتابعة، بل أصبح يناقش ويتساءل ويستفسر مما ميزها، فقد غيرت من دور الفرد من التلقي فقط إلى التفاعل. (القاري، ٢٠٢٠، ص. ٣)

- تتميز وسائل الإعلام الرقمية بسهولة الاستخدام ولعل هذا من أهم عوامل تقضيل المستخدمين لها، فاستخدامها لا يتطلب بذل جهد جسدي وعقلي كبيرين لفهما واستيعابها. (محمود، ٢٠٢١، ص. ٣٢٧)
- إن أهم ما يميز وسائل الإعلام الرقمية هو أنها تتمتع بمزايا كل من وسائل الإعلام الشخصية ووسائل الإعلام الجماهيرية ولكن دون عيوبهما. (Crosbie, 2015, P.4)
- تسهم وسائل الإعلام الرقمية في تقديم المعرفة، فقد أصبحت هذه الوسائل في الوقت الراهن وسيلة لتوفير وسائل التعليم والتعلم، مثل توفير الكتب والمجلات الإلكترونية، والمدونات، وإتاحة الاجتماعات عن بعد، والمواقع الإخبارية، ووسائل التواصل الاجتماعي، وهي أيضاً وسيلة مميزة للحصول على المعلومات والأخبار. (الشطيبي، ٢٠٢٢، ص. ٤٤)

وقد أكدت بعض الدراسات على بعض تلك المميزات وأوضحت أهميتها، مثل دراسة (Marquarte et al (2020) والتي هدفت إلى التعرف على درجة اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الرقمي في الحصول على المعلومات السياسية بالتطبيق على عينة من الشباب في المرحلة العمرية من ١٥ ل ٢٥ عامًا قوامها ٥٦٧ مبحوثاً، وكان من نتائج الدراسة اتجاه الشباب بشكل أكبر إلى منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات السياسية، وفقدت الوسائل الإخبارية التقليدية نفوذها كمصدر للمعلومات بالنسبة للمواطنين من الشباب.

ودراسة سامي (٢٠١٩، ص. ٢٠٤) والتي هدفت إلى التعرف على مدى توافر مهارات وسمات التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب نتيجة تعرضهم لوسائل الإعلام الرقمية، وكان من نتائجها وجود تباين لدرجة وجود تلك المهارات لدى الأفراد عينة الدراسة مثل مهارة الوصول ومهارة التحليل، ودراسة سعيد (٢٠٢٠، ص. ٨٤١-٨٣٤) والتي كان من أهدافها التعرف على مدى تقضيل الجمهور لأدوات الإعلام الرقمي التابعة للقنوات الفضائية، وأوضحت نتائج الدراسة أن الجمهور يفضلون متابعة القنوات الفضائية من خلال أدوات الإعلام، فكما أوضحت النتائج أن ٦٣.٢ % يفضلون متابعة موقع الفيسبوك الخاص بالقنوات العربية الإخبارية تلاه موقع اليوتيوب بنسبة ١٥.٢ %.

أنواع الإعلام الرقمي:

- (١) **الإعلام الرقمي القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها Online:** وهو جديد كلياً بصفات وميزات غير مسبوقه ويتميز بمجموعة من التطبيقات التي لا حصر لها. وهو بمثابة منظومة جديدة تضاف إلي المنظومة الكلاسيكية والتي تضم الصحافة، والإذاعة، والتلفزيون.

٢) الإعلام الرقمي القائم على الكمبيوتر القائم على الكمبيوتر: **Offline** ويتم تداول هذا النوع، إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية، وما إليها ويشمل العروض البصرية، وألعاب الفيديو، والكتب الرقمية، وغيرها.

٣) الإعلام الرقمي القائم على الأجهزة المحمولة: منها الأجهزة المحمولة و أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية، وهي تعد بدورها منظومة جديدة تهدف المؤسسات الإعلامية من طريقها إلى التنوع في مصادرها وتعزيز علاقاتها مع جمهورها.

٤) نوع قائم على الوسائل التقليدية: مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمنة والاستجابة للطلب. (علي، ٢٠٢٢، ص. ٥٨، ٥٩)

ويشتمل الإعلام الرقمي على الكثير من الوسائل منها:

١) المواقع الإلكترونية

ويحتوي الموقع الإلكتروني عادة على مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة أو مؤسسة ما، بحيث يكون الوصول إليه غير محدد بمكان أو زمان، وله عنوان خاص به يميزه عن بقية المواقع على الشبكة العنكبوتية. (العمرى، عيادات، ٢٠١٥، ص. ٣٩٧)

ومنذ ظهور أجهزة الكمبيوتر ومن ثم شبكة الإنترنت، شهد العالم بأسره ظاهرة تأسيس المواقع الإلكترونية، وبادرت الهيئات والمؤسسات الحكومية وكذلك الأهلية الربحية وغير الربحية إلى إنشاء مواقع خاصة بها، وقد حظيت باهتمام الكثير من الرواد وخصوصاً مواقع التجارة الإلكترونية، كذلك قامت وسائل الإعلام بأشكالها المتنوعة من فضائيات تلفزيونية وصحف ومجلات ودور نشر بحجز مواقع تابعة لها على شبكة الإنترنت، ولم يقتصر الأمر على ذلك، بل لجأ العديد من الأفراد خصوصاً المنقذين منهم كالشعراء والفنانين والكتاب إلى تأسيس مواقع إلكترونية خاصة بهم لإبراز دورهم ونشر إبداعاتهم ونتائجهم الفكري والثقافي. (فضل، ٢٠١٨، ص. ١٦٨)

٢) شبكات التواصل الاجتماعي

وهي مواقع أو تطبيقات مخصصة لإتاحة المقدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات، وتعليقات، وسائل، وصور، فهي مواقع تقدم خدمة التواصل للمنتسبين لها حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع لإيصال ما يريده له، ويمكن أن يضيف الصديق لصفحة صديقه، كما تمكن المستخدم من التحكم في المحتوى الذي يظهر على صفحته، ولكل شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها ومميزاتها وتفردها في نقل المحتوى المطلوب بثه، ولكنها جميعاً تتفق في سمة واحدة وهي تحقيق التواصل بين البشر دون حدود زمنية أو مكانية أو قيود على الحرية، ومن أشهرها الفيسبوك والتويتر. (العنود، ٢٠١٧، ص. ٢٥)

وتختلف استخدامات هذه الشبكات بحسب تعدد حاجيات المستخدمين لها، فهناك من يستعملها لمشاركة تفاصيل حياته اليومية من صور وفيديوهات قصيرة وتبادلها مع الأصدقاء كما توجد فئة أخرى لمستعملي هذه الشبكات تلجأ إليها بغرض نشر الأفكار والآراء والتواصل،

وهناك من يستخدمها كأداة تسويقية فعالة لترويج السلع والخدمات، كما استخدمت في السنوات الأخيرة من قبل الباحثين من أجل مشاركة نتائج أبحاثهم. (شباب وآخرون، ٢٠١٨، ص. ٥٠).
٣) المدونات:

وهي عبارة عن موقع يتيح إمكانية مشاركة الأفكار والمعلومات بشكل سريع، حيث تحتوي السجلات على عمليات مؤرخة وموضوعة في قائمة مرتبة ترتيباً زمنياً، ولا يمكن للمستخدمين التعليق على عمليات النشر الخاصة بالمدون، بالإضافة إلى سجلات توفر الارتباطات. (ابن مسعود، ٢٠١٧، ص. ١٨٣)

وتعد المدونة وعاء مرجعي للمعلومات وتحتوي المدونة على مقالات قصيرة والتي يتم تحديثها باستمرار وتصبحها آلية إلكترونية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل منها مدخل له عنوان لا يتغير منذ لحظة نشره يمكّن القارئ من الرجوع إلى تويبة معينة في وقت لاحق. (المراغي، ٢٠١٦، ص. ٩١)

التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي:

- سوء استخدام وسائل الإعلام الرقمي: فقد يستخدم بعض الأفراد ووسائل الإعلام الرقمية بشكل سلبي خاصة مواقع التواصل الاجتماعي كإستخدامها في التشهير أو المضايقة للأفراد وبث الشائعات والتزوير. (إبراهيم، ٢٠٢١، ص. ٦٨)، كما يمكن استغلال وسائل التواصل الاجتماعي في إجراء بعض العمليات المهددة لسلامة وأمن الأفراد كنشر صور مخيفة أو بث أعمال إجرامية مما يثير القلق لدى الأفراد ومن هذه العمليات انتشار الجرائم الإلكترونية مثل الابتزاز الإلكتروني والقرصنة (الهاكر) والتهديد باتاحة البيانات الشخصية ونشرها وذلك للمساومة بمقابل مادي. (الحازمي، ٢٠٢١، ص. ٢٣٩٢)، (Ess, 2013, p.7)، كذلك إمكانية استخدامها في بث الأفكار الهدامة والتخريبية عبر مواقع مجهولة من قبل تنظيمات محلية ودولية تستهدف هدم الأخلاق ونشويه الأفكار ونشر الانحراف مما يهدد الأسرة والمجتمع. (عبد الجواد، ٢٠١٧، ص. ٢٠٠)

- تهديد الخصوصية: كثير من وسائل الإعلام الرقمية تقوم بتخزين واسترجاع وتحليل كميات هائلة من البيانات الشخصية التي يتم تجميعها من قبل المؤسسات والدوائر الحكومية أو من قبل مؤسسات القطاع الخاص، ويمكن مقارنة المعلومات المخزنة في قاعدة بيانات ما بمعلومات في قاعدة بيانات أخرى، وهذا يعني تهديد خصوصية المستخدم. (فقيه، ٢٠١٧، ص. ١٣٠)

مقترحات للتغلب على التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي (الحلول والتوصيات):

- إعادة النظر في النصوص التشريعية القائمة للوقوف على مدى كفايتها لتحقيق الحماية لبيانات المستخدمين وتحديثها بما يتواءم مع التطور الهائل في تقنيات الإعلام الإلكتروني.

- ضرورة سن قوانين جديدة لحماية خصوصية المستخدمين في مواجهة تحديات العصر الرقمي، وذلك لحماية البيانات الخاصة بهم خاصة فيما يتعلق بخضوع بياناتهم لأية معالجة إلكترونية سواء بجمعها أو استعمالها أو تخزينها.
- أن تتولى وزارة التربية والتعليم، والتعليم العالي التوعية بشكل خاص لكافة الطلاب بجميع مراحل التعليم حول كيفية حماية بياناتهم عند استخدام وسائل الإعلام الرقمية وكذلك كيفية التعامل في حالة تعرض بياناتهم للاستغلال من أي جهة، أو تعرضهم لأي شكل من أشكال الابتزاز الإلكتروني، حيث أن هذه الفئات العمرية هي الأكثر استهدافاً من قبل القرصنة (الهاكرز) وكذلك التنظيمات التي تستهدف نشر الانحراف.
- ضرورة اهتمام الدولة بالتوعية لمستخدمي الإنترنت من المواطنين من خلال عقد دورات تثقيفية حول أهمية بياناتهم الشخصية وعدم الإفراط في إفشائها وكذلك بيان المخاطر التي يمكن أن يتعرضون لها من جراء ذلك، و كيفية حماية خصوصيتهم من خلال بعض الإجراءات والخطوات البسيطة مثل:
 - استخدام كلمات مرور قوية ومختلفة لجميع الحسابات الخاصة بالمستخدم عبر وسائل الإعلام الرقمية.
 - عدم إرسال أي كلمات مرور أو أرقام الحسابات البنكية إلا بعد التأكد من الجهة التي تطلبها.
 - عدم النقر على روابط غير معروفة، لأنها قد تسمح باختراق جهاز المستخدم وتعرضه لسرقة بياناته وأمواله وهويته، كما أنها قد تحتوي على فيروسات تضر بجهاز المستخدم.
 - تجنب نشر كل تفاصيل الحياة الشخصية وجميع الأنشطة التي يقوم بها المستخدم مثل السفر، لأنه بإمكانها تعريضه للخطر.
 - الحذر عند التواصل مع الأشخاص الغرباء أو الحسابات التي لا يعرف المستخدم مالكمها.
 - التعرف على إعدادات الخصوصية في التطبيقات والمواقع التي يتم استخدامها، فعند تسجيل الدخول إلى التطبيقات والمواقع، قد تستخدم هذه التطبيقات أو المواقع البيانات الخاصة بالمستخدم بطرق قد لا يريدها؛ مثل السماح للمعلنين بعرض إعلانات عن المنتجات وبيعها، فمن خلال إعدادات الخصوصية يمكن للمستخدم التحكم في التطبيقات أو المواقع التي لها حق الوصول لبياناته.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- إبراهيم، بهاء الدين محمد. (٢٠٢١). تكنولوجيا الإعلام الرقمي والتغير الاجتماعي دراسة ظاهرة الابتزاز الإلكتروني في وسائل التواصل الاجتماعي في سلطنة عمان. *المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري*، ٣(١)، ٥٤-٧٨.
- ابن مسعود، صفية خليفة. (٢٠١٧). المدونات النشأة والتطور. *مجلة الأستاذ*، ١٣، ١٨١-١٩١.
- إسماعيلي، أحمد. (٢٠٢٢). أدلجة الإعلام الرقمي في عصر العولمة. *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، ١، ٧٦-٩٤.
- الحازمي، مبارك واصل. (٢٠٢١). إشكالية العلاقة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي [بحث]. المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين: الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي مسارات للتكامل والمنافسة، جامعة القاهرة-كلية الإعلام، ٤، ٢٣١٨-٢٣٩٤.
- الحمداني، بشرى حسين. (٢٠١٥). التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية. دار وائل للنشر والتوزيع.
- السبيعي، سلمان. (٢٠١٩). اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي في محافظة حفر الباطن بالمملكة العربية السعودية. *مجلة الإرشاد النفسي*، ١(٥٨)، ١٨٨-٢٠٤.
- الشطيبي، خالد. (٢٠٢٢). دور الإعلام الرقمي في تنمية مهارة القراءة الموقع العربي لوكالة برناما نموذجاً. *مجلة الدراسات اللغوية والأدبية*، ١٣(٢)، ٦١-٤٢.
- العمرى، محمد، عيادات، يوسف. (٢٠١٥). درجة توافر معايير تصميم المواقع الإلكترونية في موقع جامعة اليرموك الإلكتروني من وجهة نظر متخصصي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. *مجلة المنارة*، ٢١(٢)، ٣٩٥-٤٢٢.
- العنود، آل ثاني. (٢٠١٧). شبكات التواصل الاجتماعي: تهديدات الأمن الوطني واستراتيجية حمايته. *مجلة الدراسات المالية والمصرفية*، ٢٥(٢)، ٢٤-٣٠.
- القعاري، محمد علي. (٢٠٢٠). المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي دراسة نقدية. *مجلة علوم الاتصال*، ٢(٦)، ١-٤٤.
- المراغي، منار كمال. (٢٠١٦). العنوان في المدونات العربية دراسة لغوية تطبيقية على المدونات الاجتماعية في ضوء نظرية الاتصال. *مجلة فكر وإبداع*، ٩٩، ٨٩-١٦٦.
- زعتري، مريم. (٢٠٢٠). وسائط الإعلام الرقمي وبناء التعليم الرقمي في الوطن العربي الهاتف الذكي نموذجاً. *المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل*، ١٢، ٣٣-٤٥.
- سامي، ريهام. (٢٠١٩). مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، ٢٦، ١٩٦-٢١٥.

سعيد، وداد عوض. (٢٠٢٠). توظيف القنوات العربية لأدوات الإعلام الرقمي في خدمة الرسالة الإخبارية دراسة وصفية بالتطبيق على عينة من جمهور قنوات الجزيرة والعربية. *مجلة دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية*، ٣(٣)، ٨٢٩-٨٤٧.

شباب، فاطمة، ابن بوزيد، هجيرة، شوارفية، وسىلة. (٢٠١٨). شبكات التواصل الاجتماعي العلمية: فضاء لتنمين الأدب الرمادي. *مجلة اعلم*، ٢١، ٤٩-٨١.

طلابي، محمد. (٢٠١٦). الإعلام الرقمي هو المستقبل. *مجلة الفرقان*، ٧٧، ٣-٧.

عارف، كارم. (٢٠١٩). الإعلام الجديد. *مجلة العربي للدراسات الإعلامية*، ٤، ٢٢١-٢٢٣.

عامر، علا عبد القوي. (٢٠١٧). دور وسائل الإعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجامعي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ٥٩، ٥١٧-٥٦٥.

عبد الجواد، صفاء عادل السيد. (٢٠١٧). توظيف الإعلام الرقمي في مواجهة الفكر التكفيري: مرصد الفتاوى التكفيرية نموذجاً *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، ٣، ١٩٧-٢١٥.

عبد المالك، هدى حسن أحمد. (٢٠٢٢). المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي المساهمة في تشكيل الشخصية لدى الشباب الجامعي. *مجلة كلية التربية*، ١ (٤٦).

علي، حاتم بابكر أحمد. (٢٠٢٢). توظيف الإعلام الرقمي في إنتاج الأخبار التلفزيونية دراسة من وجهة نظر الخبراء والمتخصصين في الإعلام. *مجلة علوم الاتصال*، ٧ (٢)، ٥٠-٨٥.

فضل، مُعزة مصطفى. (٢٠١٨). الإعلام الرقمي وانعكاساته على الرسالة الإعلامية. *مجلة العلوم الإنسانية*، ١٩ (٢)، ١٦٢-١٧٤.

فضل، مُعزة مصطفى. (٢٠١٨). الإعلام الرقمي وانعكاساته على التعارف بين الحضارات. *مجلة العلوم الإنسانية*، ١٩ (٤)، ١٣٨-١٥٤.

فقيه، جيهان. (٢٠١٧). حماية البيانات الشخصية في الإعلام الرقمي. *مجلة العلوم الإنسانية*، ١٢٨-١٣٨ (٧).

قدوري، ريم فتحية. (٢٠٢٣). تشريعات الإعلام الرقمي بين التنظيم القانوني وتقييد الممارسة المهنية. *مجلة كلية الفنون والإعلام*، ١٥، ٩-٢٩.

محمود، ليدي عبد الله. (٢٠٢١). التطور المفاهيمي للإعلام الرقمي. *مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية*، ٣٨، ٣١٩-٣٥٣.

مساعدي، سلمى. (٢٠٢١). الإعلام الإلكتروني أرضية للديمقراطية أم وسيلة للقمع والمراقبة: مقارنة تحليلية. *مجلة حقوق معرفية للعلوم الاجتماعية والإنسانية*، ٢ (٣)، ٨١-٩٦.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

Crosbie, V. (2015). What is new media??. *International Journal of New Media Studies: International Peer Reviewed Scholarly Indexed Journal*, 1(1), 1-6.

Dewdney, A., & Ride, P. (2013). **The digital media handbook**.
Routledge.

Ess, C. (2013). **Digital media ethics**. Polity.

Marquart,f., Ohme, J. & Möller, J.(2020). Following Politicians on
Social Media: Effects for Political Information, Peer
Communication, and Youth Engagement". **Media and
Communication** , 8 (2). 197–207.

Reid Chassiakos, Y. L., Radesky, J., Christakis, D., Moreno, M. A., Cross,
C., Hill, D., & Swanson, W. S. (2016). Children and adolescents
and digital media. **Pediatrics. American Academy of Pediatrics**,
138(5) ,1-18.