



الدورة التدريبية: أخلاقيات الإعلام الرقمي والمسؤولية الاجتماعية للشركات

#MED8649

الدورة التدريبية: أخلاقيات الإعلام الرقمي والمسؤولية الاجتماعية للشركات

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في ظل الانتشار المتزايد للمحتوى الرقمي وتأثيره العميق على المجتمعات، أصبحت أخلاقيات الإعلام الرقمي والمسؤولية الاجتماعية للشركات ضرورة حتمية لضمان مصداقية المعلومات وبناء الثقة. هذه الدورة التدريبية الشاملة من BIG BEN Training Center مصممة خصيصاً لتزويد الإعلاميين، مدراء الاتصال المؤسسي، المتخصصين في العلاقات العامة، أخصائيو التسويق الرقمي، والقيادات المؤسسية بالمعرفة والمهارات اللازمة للتنقل في المشهد الإعلامي الرقمي المعقد بمسؤولية أخلاقية. تغطي الدورة جوانب متعددة بدءاً من المبادئ الأخلاقية الأساسية في الصحافة الرقمية، تحديات المعلومات المضللة والأخبار المزيفة، قضايا الخصوصية والأمن السيبراني، دور المؤسسات في تعزيز الشفافية، وصولاً إلى كيفية دمج المسؤولية الاجتماعية في استراتيجيات الاتصال الرقمي. نركز على أهمية الوعي الأخلاقي، الالتزام بالمعايير المهنية، والقدرة على اتخاذ قرارات مسؤولة في بيئة سريعة التغير. تستمد الدورة رؤاها من أحدث الأبحاث في أخلاقيات الإعلام الرقمي وحوكمة الشركات، وتقدم أمثلة عملية ودراسات حالة لمؤسسات واجهت تحديات أخلاقية أو نجحت في بناء سمعة إيجابية عبر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية. الأكاديمي "Manuel Castells" (مانويل كاستلز)، عالم الاجتماع المعروف بتحليلاته لشبكات الاتصال ودورها في المجتمع، يقدم إطاراً نظرياً قيماً حول فهم تأثير التكنولوجيا الرقمية على العلاقات الاجتماعية والأخلاقية وكيف يمكن للمؤسسات الإعلامية أن تلعب دوراً بناءً ومسؤولاً. يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تمكين المتدربين من فهم وتطبيق أخلاقيات الإعلام الرقمي والمسؤولية الاجتماعية للشركات، مما يعزز سمعة مؤسساتهم ويساهم في بناء مجتمع معلوماتي أكثر موثوقية.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- الإعلاميون والصحفيون.
- مدراء الاتصال المؤسسي.
- المتخصصون في العلاقات العامة.
- أخصائيو التسويق الرقمي.
- القيادات المؤسسية وصناع القرار.
- مدراء أقسام المسؤولية الاجتماعية.
- المستشارون القانونيون في الإعلام.
- المسؤولون عن سمعة الشركات.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- المؤسسات الإعلامية (التقليدية والرقمية).
- شركات العلاقات العامة والتسويق الرقمي.
- الشركات الكبرى والشركات متعددة الجنسيات.
- المنظمات غير الربحية والجمعيات المدنية.
- القطاع الحكومي والجهات التنظيمية.
- شركات التكنولوجيا ومنصات التواصل الاجتماعي.
- المؤسسات التعليمية والبحثية.
- قطاع الخدمات الاستشارية.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- قسم الاتصال المؤسسي.
- إدارة العلاقات العامة.
- قسم التسويق الرقمي.
- إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- القسم القانوني.
- إدارة المخاطر والامتثال.
- القسم التنفيذي.

أهداف الدورة التدريبية:

بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد أتقن المهارات التالية:

- فهم المبادئ الأخلاقية الأساسية في الإعلام الرقمي.
- تحديد تحديات الأخلاقيات في بيئة المعلومات الرقمية.
- التعامل مع الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة.
- تطبيق معايير الخصوصية وحماية البيانات.
- دمج مبادئ المسؤولية الاجتماعية في استراتيجيات الاتصال.
- بناء سمعة مؤسسية قائمة على الثقة والشفافية.
- تحديد الآثار الاجتماعية والأخلاقية للمحتوى الرقمي.
- تطوير سياسات داخلية للاتصال الرقمي المسؤول.
- المساهمة في بناء مجتمع معلوماتي أخلاقي.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة التدريبية على منهجية تحليلية وتفاعلية تهدف إلى صقل مهارات المشاركين في أخلاقيات الإعلام الرقمي والمسؤولية الاجتماعية للشركات. تبدأ الدورة بتقديم المفاهيم النظرية الأساسية في أخلاقيات الإعلام وحوكمة الشركات، ثم تنتقل مباشرة إلى ورش عمل ومناقشات جماعية تمكن المتدربين من تحليل قضايا أخلاقية معقدة. سيقوم المتدربون بـ دراسة حالات واقعية لأزمات أخلاقية في الإعلام الرقمي، وتطوير استراتيجيات للتعامل مع الأخبار المزيفة، وصياغة سياسات للاتصال الرقمي المسؤول، مع الحصول على تغذية راجعة مباشرة وبناءة من المدربين الخبراء. تتضمن الدورة جلسات عصف ذهني لدمج مبادئ المسؤولية الاجتماعية في الحملات الإعلامية، وتحليل تأثير المحتوى الرقمي على المجتمع. كما ستركز المنهجية على التدريب العملي على أدوات رصد وتحليل السمعة الرقمية وكيفية بناء ثقافة مؤسسية قائمة على القيم الأخلاقية. سيتم توفير تغذية راجعة فردية وبناءة على أداء المتدربين في التمارين والمشاريع، مما يساعدهم على تطوير مهاراتهم بشكل مستمر. تهدف هذه المنهجية إلى تزويد المشاركين بالخبرة العملية التي لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم ليكونوا قادة مسؤولين وأخلاقيين في صناعة الإعلام الرقمي.

خريطة المحتوى التدريبي (معايير الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: المبادئ الأساسية لأخلاقيات الإعلام الرقمي.

- مفهوم الأخلاق في الإعلام الرقمي.
- المبادئ الأساسية للصحافة الأخلاقية.
- تحديات المصداقية والتحقق من المعلومات.
- دور الإعلام في تشكيل الرأي العام.
- الخصوصية الرقمية وحقوق الأفراد.
- التوازن بين حرية التعبير والمسؤولية.
- آثار المحتوى الرقمي على المجتمع.

الوحدة الثانية: التعامل مع الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة.

- أنواع الأخبار المزيفة وسبل انتشارها.
- تأثير المعلومات المضللة على الأفراد والمؤسسات.
- أدوات وتقنيات التحقق من الحقائق.
- استراتيجيات مكافحة التضليل الإعلامي.
- دور الذكاء الاصطناعي في نشر وكشف المعلومات.
- بناء ثقافة إعلامية نقدية.
- التعاون مع المنصات الرقمية.

الوحدة الثالثة: المسؤولية الاجتماعية للشركات في العصر الرقمي.

- مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR).
- تكامل المسؤولية الاجتماعية في استراتيجيات الأعمال.
- الاستدامة البيئية والاجتماعية في الممارسات الإعلامية.
- بناء سمعة مؤسسية إيجابية وموثوقة.
- الشفافية والحوكمة الرشيدة في الإعلام.
- المسؤولية تجاه أصحاب المصلحة.
- دور الاتصال في تعزيز المسؤولية الاجتماعية.

الوحدة الرابعة: التحديات الأخلاقية والقانونية في الإعلام الرقمي.

- قوانين حماية البيانات والخصوصية (GDPR).
- التشهير والسب والقذف في الفضاء الرقمي.
- انتهاك حقوق الملكية الفكرية.
- التحديات الأخلاقية للإعلانات الموجهة.
- قضايا الكراهية والتمييز عبر الإنترنت.
- الأطر القانونية والتنظيمية للإعلام الرقمي.
- دور المدونات الأخلاقية والمهنية.

الوحدة الخامسة: بناء ثقافة مؤسسية أخلاقية في الإعلام.

- دور القيادة في تعزيز الأخلاقيات.
- تدريب وتأهيل الكوادر الإعلامية.
- وضع سياسات وإجراءات داخلية.
- قياس وتقييم الأداء الأخلاقي.
- الاستجابة للأزمات الأخلاقية بشفافية.
- تعزيز ثقافة المساءلة والمسؤولية.
- مستقبل أخلاقيات الإعلام الرقمي.

الأسئلة المتكررة:

ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل التسجيل في الدورة؟

لا توجد شروط مسبقة.

كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

سؤال للتأمل:

في عالم يتسم بالانتشار السريع للمعلومات وتزايد تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة المحتوى، كيف يمكن للمؤسسات الإعلامية والأفراد العاملين بها أن يوازنوا بين الابتكار التقني وضرورة الحفاظ على المبادئ الأخلاقية الأصيلة والمسؤولية الاجتماعية، لضمان تقديم محتوى موثوق ومفيد يخدم المجتمع بدلاً من تضليله؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN Training Center بتركيزها الشامل والعميق على أخلاقيات الإعلام الرقمي والمسؤولية الاجتماعية للشركات، مما يجعلها مختلفة ومتميزة عن الدورات الأخرى التي قد تقدم نظرة عامة فقط. نحن لا نقدم مجرد معلومات نظرية، بل نوفر تطبيقاً عملياً مكثفاً يغطي جميع جوانب الالتزام الأخلاقي والاجتماعي في البيئة الرقمية. على سبيل المثال، بينما قد تشرح دورات أخرى قوانين الإعلام، فإننا نغوص في تحديات المعلومات المضللة والأخبار المزيفة وكيفية دمج المسؤولية الاجتماعية في استراتيجيات الاتصال الرقمي لتعزيز الثقة. نقدم دراسات حالة واقعية لمؤسسات واجهت تحديات أخلاقية أو نجحت في بناء سمعة إيجابية عبر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، ونحلل الاستراتيجيات التي مكنتها من ذلك. كما تركز الدورة على قضايا الخصوصية والأمن السيبراني وكيفية بناء سمعة مؤسسية قائمة على الثقة والشفافية، مما يمنح المتدربين القدرة على قيادة مؤسساتهم بمسؤولية في المشهد الإعلامي الرقمي. يضمن الجمع بين الخبرة الأكاديمية والعملية لمدرسيننا حصول المتدربين على معرفة عميقة ومهارات تطبيقية لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم ليصبحوا قادة أخلاقيين في عالم الإعلام.