



التحديات الأخلاقية في الإعلام الحديث مع التركيز على مواجهة الأخبار المزيفة وحماية الخصوصية

م.م. محمد راتب كتاب¹، م.م. ضرغام سالم ياسين

¹ جامعة القاسم الخضراء – العراق

² مديرية تربية بابل – العراق

mohemdalpejy@gmail.com
alsalmdrgm911@gmail.com

ملخص. في عصر الإعلام الحديث، أصبحت التحديات الأخلاقية التي تواجه وسائل الإعلام أمراً لا يمكن تجاهله. من بين هذه التحديات تبرز قضايا مثل انتشار الأخبار المزيفة وضرورة حماية الخصوصية للأفراد. يتطلب التعامل مع هذه التحديات بشكل فعال توجيه الجهود نحو فهم أعمق للتأثيرات الأخلاقية لسلوكيات وسائل الإعلام وتطوير إطار عمل أخلاقي قوي يوجه عملها ويحد من انتهاكات الخصوصية ونشر المعلومات المضللة. حيث يمثل انتشار الأخبار المزيفة تحدياً كبيراً لأخلاقيات وسائل الإعلام، حيث يمكن أن تؤدي هذه الأخبار إلى تشويه الحقائق وتأثير سلبي على الرأي العام والقرارات السياسية والاجتماعية. ومع تزايد الاعتماد على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت حماية الخصوصية أحد التحديات الأخلاقية الرئيسية في مجال الإعلام. فتجميع البيانات الشخصية واستخدامها دون موافقة صاحبها يثير قضايا خصوصية هامة، مما يتطلب وضع قوانين وسياسات تحمي خصوصية الأفراد وتضمن استخدام البيانات بشكل أخلاقي وشفاف.

الكلمات المفتاحية: التحديات الأخلاقية، الأخبار المزيفة، حماية الخصوصية، الإطار الأخلاقي للإعلام.



Abstract. In the modern media age, the ethical challenges facing the media cannot be ignored. Among these challenges, issues such as the spread of fake news and the need to protect individuals' privacy stand out. Dealing effectively with these challenges requires directing efforts toward a deeper understanding of the ethical impacts of media behaviors and developing a strong ethical framework that guides their work and limits privacy violations and the spread of misinformation. The spread of fake news represents a major challenge to media ethics, as this news can lead to distortion of facts and a negative impact on public opinion and political and social decisions. With increasing reliance on the Internet and social media, protecting privacy has become one of the main ethical challenges in the media field the collection and use of personal data without the consent of its owner raises important privacy issues, which requires the development of laws and policies that protect the privacy of individuals and ensure that data is used ethically and transparently.

Keywords: Ethical challenges, Fake news, Privacy protection, Media ethics framework.

1. المبحث الاول:

1.1. اولاً: منهجية البحث

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي هو منهج يستخدم بشكل واسع في البحوث الاجتماعية والإنسانية، ويعتمد على وصف الظواهر وتحليلها بشكل متعمق لفهم طبيعتها والعوامل التي تؤثر فيها. في بحثي حول "التحديات الأخلاقية في الإعلام الحديث مع التركيز على مواجهة الأخبار المزيفة وحماية الخصوصية"، يمكن اتباع المنهج الوصفي التحليلي بالطريقة التالية: تحديد الظاهرة: في البداية، يجب تحديد الظاهرة أو الموضوع الرئيسي للبحث، وهو هنا "التحديات الأخلاقية في الإعلام الحديث"، مع التركيز على عنصرين رئيسيين: الأخبار المزيفة: دراسة مدى انتشارها، طبيعتها، وتأثيرها على مصداقية وسائل الإعلام.

حماية الخصوصية: كيف تؤثر ممارسات وسائل الإعلام الحديثة على الخصوصية الفردية والجماعية.



1.2. ثانياً: مشكلة البحث

تتناول هذه الدراسة التحديات الأخلاقية التي تواجه وسائل الإعلام الحديثة، مع التركيز على مواجهة الأخبار المزيفة وحماية الخصوصية. يعتبر انتشار الأخبار المزيفة وانتهاكات الخصوصية في الإعلام من بين القضايا الأخلاقية الرئيسية في العصر الرقمي الحديث، حيث يمكن أن يؤدي ذلك إلى تشويه الحقائق وانتهاك الخصوصية الفردية والجماعية.

1.3. ثالثاً: أهمية البحث

1. حماية الديمقراطية والمجتمع المدني: يساهم البحث في مواجهة الأخبار المزيفة وحماية الخصوصية في تعزيز الديمقراطية وتعزيز دور المجتمع المدني في اتخاذ القرارات السياسية والاجتماعية بناءً على معلومات دقيقة وصحيحة.
 2. الحفاظ على الثقة العامة: يساهم البحث في إعادة بناء الثقة في وسائل الإعلام والمؤسسات الإعلامية من خلال توفير محتوى موثوق ومصداقي يحمي الجمهور من الأخبار المضللة والتلاعب الإعلامي.
 3. تعزيز السلم والاستقرار: يساهم البحث في تحقيق التعايش السلمي والتصالح الاجتماعي من خلال مواجهة الأخبار المزيفة التي قد تثير الانقسامات والتوترات في المجتمع.
 4. حقوق الفرد والخصوصية: يساهم البحث في حماية حقوق الأفراد في التحكم في بياناتهم الشخصية وحماية خصوصيتهم من الانتهاكات التي قد تحدث عبر وسائل الإعلام الحديثة.
 5. التنمية المستدامة: يعزز البحث بناء بيئة إعلامية أخلاقية وصحية تساهم في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تعزيز الوعي وتقديم المعلومات الدقيقة والموثوقة للجمهور.
- باختصار، يعتبر البحث في هذا المجال أساسياً للمحافظة على مبادئ الحقوق والحريات وتعزيز ثقافة النزاهة والمصداقية في وسائل الإعلام الحديثة.

1.4. رابعاً: أهداف البحث

1. فهم مسببات انتشار الأخبار المزيفة: يهدف البحث إلى تحليل العوامل والمحفزات التي تدفع إلى انتشار الأخبار المزيفة في وسائل الإعلام الحديثة، بما في ذلك العوامل التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية.



2. تقديم تصورات لمواجهة الأخبار المزيفة: يهدف البحث إلى استكشاف وتقديم استراتيجيات وآليات فعالة لمواجهة الأخبار المزيفة والتصدي لها، سواء على المستوى الفردي أو المؤسسي أو الحكومي.
3. دراسة آثار الأخبار المزيفة على المجتمع: يهدف البحث إلى تحليل آثار الأخبار المزيفة على المجتمع، بما في ذلك تأثيرها على الثقة العامة، والسياسة، والاقتصاد، والمجتمع بشكل عام.
4. توضيح أهمية حماية الخصوصية: يهدف البحث إلى تسليط الضوء على أهمية حماية خصوصية الأفراد في عصر الإعلام الحديث، ودراسة الآليات والسياسات الفعالة لحمايتها.
5. تقديم توصيات لتعزيز السلوكيات الأخلاقية في وسائل الإعلام: يهدف البحث إلى تقديم توصيات عملية وقابلة للتطبيق لتعزيز الممارسات الأخلاقية في وسائل الإعلام الحديثة وتعزيز النزاهة والمصادقية في نقل الأخبار والمعلومات.
6. تحليل الإطار القانوني والتنظيمي: يهدف البحث إلى دراسة الإطار القانوني والتنظيمي المتعلق بمواجهة الأخبار المزيفة وحماية الخصوصية، وتقديم توصيات لتطويره وتعزيزه.

1.5. خامسا: المصطلحات والمفاهيم

1. الأخبار المزيفة:
تشير إلى المعلومات أو الأخبار التي تكون غير صحيحة أو مضللة والتي يتم تداولها عبر وسائل الإعلام الحديثة، سواء كانت تلفزيونية، إذاعية، صحفية، أو عبر الإنترنت.
2. حماية الخصوصية:
تعني الجهود والتدابير التي تُتخذ لحماية معلومات الأفراد الشخصية من الوصول غير المصرح به أو الاستخدام غير المشروع، وذلك عبر القوانين والسياسات والتقنيات.
3. الإطار القانوني والتنظيمي:
يشير إلى القوانين والتشريعات والأنظمة التي تنظم عمل وسائل الإعلام وتحدد حقوق وواجبات الفرد والمؤسسات في مجالات مثل حماية الخصوصية ومكافحة الأخبار المزيفة.
4. النزاهة والمصادقية:
تشير إلى الصفات المهمة في وسائل الإعلام تتمثل في نقل المعلومات بشكل دقيق وصحيح دون تحريف أو تزيف، وبمصادقية عالية ومصادقية في عرض المعلومات.



5. السلوكيات الأخلاقية:

تشمل الأفعال والممارسات التي تتماشى مع المبادئ الأخلاقية والقيم المجتمعية، وتتضمن النزاهة، والصدق، والنظافة، والاحترام، والمسؤولية الاجتماعية.

6. الثقافة الإعلامية:

تشير إلى المعرفة والمفاهيم والقيم التي يتمتع بها الفرد والمجتمع فيما يتعلق بوسائل الإعلام وتأثيرها ودورها في المجتمع.

7. التعايش السلمي:

يشير إلى قدرة الأفراد والمجتمعات على التفاهم والتعايش بسلام واحترام الاختلافات الثقافية والدينية والاجتماعية دون تمييز أو تفرقة.

1.6 سادسا: الدراسات السابقة

في ضوء التطورات الحديثة المتعلقة بالتحديات الأخلاقية في الإعلام الحديث، تبرز عدة أبحاث ودراسات تتناول كيفية مواجهة الأخبار المزيفة وحماية الخصوصية. من بين هذه الدراسات، تظهر أهمية التمييز بين الأخبار المزيفة والإشاعات، وكيفية معالجة تلك التحديات من خلال تقنيات معالجة البيانات المتقدمة، مثل تحليل شبكات التواصل الاجتماعي لتحليل الأخبار المضللة والتصدي لها. هذه الدراسات تؤكد أن تأثير الأخبار المزيفة لا يقتصر على الإعلام وحده، بل يمتد إلى مجالات أخرى مثل السياسة، والاقتصاد، والعلوم الصحية.

فيما يتعلق بحماية الديمقراطية من تهديدات المعلومات المضللة، هناك بحوث حديثة تشير إلى أهمية ما يُعرف بـ"التطعيم النفسي" أو "التثقيف المسبق"، حيث يتم تحذير الناس مسبقًا من الأكاذيب المحتملة، كما حدث في الولايات المتحدة قبل غزو روسيا لأوكرانيا. هذه الإجراءات تتخذ شكل تنبيهات أو تعزيزات معرفية تهدف إلى تمكين الناس من التعرف على المغالطات المنطقية في الخطاب السياسي أو الإعلامي.

دراسات أخرى تناولت موضوع الخصوصية في عصر الذكاء الاصطناعي ووسائل الإعلام الحديثة، حيث أشارت إلى تزايد الحاجة لحماية البيانات الشخصية في ظل تطور تقنيات مراقبة الإنترنت وجمع البيانات من المستخدمين دون موافقتهم الصريحة. الأخلاقيات المتعلقة بحماية خصوصية الأفراد تواجه تحديات كبيرة مع تطور تكنولوجيا الإعلام.

دراسيتين حديثتين تناولتا التحديات الأخلاقية في الإعلام الحديث:



1. دراسة حول الأخبار المزيفة وتأثيرها على المجتمع: دراسة أجراها فريق من الباحثين واستعرضت تأثير الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة على مختلف المجالات، بما في ذلك السياسة، الاقتصاد، والصحة. البحث أشار إلى أن الأخبار المزيفة تتسبب في تشويه الحقائق وتضر بالثقة العامة في وسائل الإعلام، وقد تناولت الدراسة كيفية التعامل مع الأخبار المزيفة من خلال تحليل شبكات التواصل الاجتماعي وتقنيات الذكاء الاصطناعي. أحد الأمثلة كان التفريق بين الأخبار المزيفة والإشاعات، مما يساعد في تحسين طرق المواجهة (Aimeur, et al., 2020).

2. دراسة حول حماية الديمقراطية من المعلومات المضللة: دراسة حديثة نشرت في مجلة *Nature* تناولت كيفية مواجهة المعلومات المضللة التي تشكل تهديداً للديمقراطية، حيث تم استعراض مفهوم "التطعيم النفسي" الذي يهدف إلى تحذير المواطنين من الأخبار المزيفة قبل انتشارها. الدراسة قدمت أمثلة على التدخلات الوقائية، مثل تحذير إدارة بايدن الجمهور من الأكاذيب المحتملة التي قد تُستخدم لتبرير غزو روسيا لأوكرانيا. كما ناقشت الدراسة تقنيات "التتقيف المسبق" التي تعتمد على تعليم الناس كيفية اكتشاف المغالطات في المعلومات. تلك الدراسات توضح أهمية التحليل المتعمق والتدخلات الوقائية في مواجهة التحديات الأخلاقية المرتبطة بالأخبار المزيفة.

2. المبحث الثاني: مواجهة الاخبار المزيفة في الاعلام الحديث

2.1. اولاً:

2.1.1. أ- الاخبار المزيفة

الأخبار المزيفة أو الأخبار الكاذبة (*Fake News*) تشير إلى المعلومات الخاطئة أو المضللة التي يتم تداولها عبر وسائل الإعلام، سواء كانت تلفزيونية، إذاعية، صحفية، أو عبر الإنترنت. تهدف الأخبار المزيفة إلى تضليل الجمهور وتشويه الحقائق، وتحقيق أهداف معينة تتعلق بالسياسة أو الاقتصاد أو الاجتماع.

2.1.2. ب- سمات الأخبار المزيفة:

1. عدم المصداقية: تقتقر الأخبار المزيفة إلى مصداقية وتأكيد من مصدر موثوق، وقد يكون محتواها مبنياً على شائعات أو تخمينات.



2. التحريف والتزوير: يتم تغيير أو تحريف المعلومات في الأخبار المزيفة لتناسب أجندة معينة أو لإثارة الجدل والانقسامات.
3. المحتوى العاطفي: تتضمن الأخبار المزيفة غالبًا استخدام العاطفة والمشاعر للتأثير على الجمهور بدلاً من الاعتماد على الحقائق والأدلة.
4. الانتشار الواسع: تنتشر الأخبار المزيفة بسرعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت، مما يجعلها تصل إلى عدد كبير من الأشخاص في وقت قصير (مكاوي، 1994: 172).

2.1.3. ت-أساليب انتشار الأخبار المزيفة:

1. منصات التواصل الاجتماعي: تنتشر الأخبار المزيفة بشكل كبير عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر واتساب، حيث يمكن للأفراد مشاركة المعلومات دون التحقق من صحتها.
2. المواقع الإلكترونية غير الموثوقة: يتم نشر الأخبار المزيفة على مواقع إلكترونية تفتقر إلى مصداقية، حيث يكون من الصعب التحقق من مصدر وموثوقية المعلومات المقدمة.
3. التضليل البصري: يتم استخدام التلاعب بالصور والفيديوهات لنشر الأخبار المزيفة وإضافة الحقائق غير الصحيحة لخلق تأثير أكبر على الجمهور.
4. استغلال الحوادث الطارئة: يتم استغلال الحوادث الطارئة مثل الكوارث الطبيعية أو الهجمات الإرهابية لنشر الأخبار المزيفة وتضليل الجمهور (البادي، 2008: 208).

2.2. ثانياً: أسباب انتشار الأخبار المزيفة

- تحليل العوامل التي تسهم في انتشار الأخبار المزيفة يكشف عن مجموعة من العوامل المعقدة التي تؤثر في انتشار هذه الظاهرة السلبية:
- تحليل العوامل التي تسهم في انتشار الأخبار المزيفة يكشف عن مجموعة من العوامل المعقدة التي تؤثر في انتشار مثل هذه الظاهرة السلبية



- أ. التطور التكنولوجي: وسائل التواصل الاجتماعي: توفر وسائل التواصل الاجتماعي منصة مثالية لانتشار الأخبار المزيفة بسرعة ووصول واسع. يمكن للمستخدمين نشر المعلومات بسهولة دون التحقق من صحتها، مما يجعلها عرضة للانتشار بشكل كبير.
- ب. تقنيات التلاعب الرقمي: تقنيات التعديل الرقمي للصور والفيديوهات تسهل إنتاج محتوى مزيف يبدو وكأنه حقيقي، مما يزيد من صعوبة التحقق من صحة المعلومات.
- ج. المصالح الاقتصادية: التحريض على الضغط النفسي: قد تتلاعب بعض المواقع والمنصات بالمعلومات لزيادة عدد الزيارات والمشاهدات، مما يؤدي إلى زيادة إيرادات الإعلانات وتحقيق مصالح مالية على حساب الصحة العامة للمعلومات.
- د. المصالح السياسية: تشويه الحقائق لتحقيق أهداف سياسية: يستخدم البعض الأخبار المزيفة كأداة لتشويه الحقائق ونشر الشائعات بهدف تحقيق أهداف سياسية معينة، سواء كان ذلك لتشويه سمعة الأشخاص أو لتأثير على نتائج الانتخابات أو القرارات السياسية.
- هـ. نقص الوعي والتثقيف الإعلامي: قلة التدقيق والتحقق: يعاني الجمهور في بعض الأحيان من نقص في الوعي والتثقيف الإعلامي، مما يجعلهم عرضة للتلاعب بالمعلومات والإيمان بالأخبار المزيفة دون التحقق من مصداقيتها.
- و. التوترات الاجتماعية والثقافية: زيادة الانقسامات: يمكن أن تؤدي الأخبار المزيفة إلى زيادة التوترات الاجتماعية والثقافية من خلال تحريض الفئات ضد بعضها البعض، مما يؤدي إلى تفاقم الانقسامات والصراعات في المجتمع (فهيم، بلا ت.: 82).

2.3. ثالثاً: تأثير الأخبار المزيفة:

- للأخبار المزيفة تأثيراً وخيماً على المجتمعات والفرد والديمقراطية والاستقرار الاجتماعي يمكن أن يكون عميقاً ووخيمًا. إليك بعض الآثار الرئيسية
- أ. تقويض الثقة العامة: يمكن أن تؤدي الأخبار المزيفة إلى تقويض الثقة العامة في وسائل الإعلام والمؤسسات والسلطات الحكومية، مما يؤثر سلبيًا على الديمقراطية ونظام الحكم.
- ب. تأجيج التوترات الاجتماعية: قد تزيد الأخبار المزيفة من التوترات الاجتماعية والانقسامات في المجتمعات، حيث يمكن أن تثير الخلافات القائمة وتسهم في تصعيد الصراعات والتوترات بين الفئات المختلفة.



ج. تقويض الديمقراطية: بزيادة انعدام الثقة في الأخبار والمعلومات الموثوقة، يمكن أن تؤثر الأخبار المزيفة على عملية صنع القرار الديمقراطية وتقويض النظم الديمقراطية.

د. تأثير على الاستقرار الاجتماعي: قد تؤدي الأخبار المزيفة إلى زيادة التوترات والاضطرابات الاجتماعية، مما يؤثر على استقرار المجتمعات ويزيد من مستويات القلق وعدم الاستقرار.

هـ. زيادة الانقسامات السياسية: يمكن أن تزيد الأخبار المزيفة من الانقسامات السياسية وتقسيم المجتمعات إلى فئات متناحرة، مما يضعف الوحدة الوطنية ويعرض النظام السياسي للتحقق.

و. تأثير نفسي على الأفراد: قد تؤدي الأخبار المزيفة إلى تأثيرات نفسية سلبية على الأفراد، مثل زيادة مستويات القلق والتوتر والشك، مما يؤثر على صحة الفرد ورفاهيته النفسية.

بشكل عام، تظهر هذه الآثار كيف يمكن للأخبار المزيفة أن تساهم في زيادة الفوضى والتشتت في المجتمعات وتقويض القيم الديمقراطية والاستقرار الاجتماعي (البادي، 2008: 209).

2.4. رابعا: استراتيجيات مواجهة الأخبار المزيفة

تشمل مجموعة من الإجراءات والمبادرات التي تهدف إلى تعزيز الوعي العام وتحفيز الناس على التحقق من مصداقية المعلومات التي يتلقونها. من بين هذه الاستراتيجيات:

1. التوعية العامة:
 - تشمل هذه الاستراتيجية إطلاق حملات توعية وتثقيف عامة حول خطر الأخبار المزيفة وكيفية التعرف عليها والتحقق من صحتها، سواء عبر وسائل الإعلام التقليدية أو وسائل التواصل الاجتماعي.
2. تعزيز مهارات القراءة النقدية والرقمية:
 - يتضمن ذلك تشجيع الأفراد على تطوير مهارات قراءة نقدية للمعلومات والتحقق من مصادرها على الإنترنت، بما في ذلك التحقق من المواقع والمصادر الموثوقة والتحقق من صحة المعلومات قبل مشاركتها.
3. التعاون مع منصات التواصل الاجتماعي:
 - يتضمن ذلك العمل مع منصات التواصل الاجتماعي لتطوير وتنفيذ سياسات وآليات للتعامل مع الأخبار المزيفة، مثل وضع القواعد والمعايير لمكافحة الانتشار الواسع للأخبار المزيفة وتقديم توجيهات للمستخدمين حول كيفية التحقق من صحة المعلومات.



4. تعزيز الصحافة الموثوقة:

- يتضمن ذلك دعم وتعزيز الصحافة المستقلة والموثوقة، وتشجيع الصحفيين على تقديم تقارير دقيقة وموثوقة ومصداقية للجمهور.

5. تطوير التكنولوجيا لمكافحة الأخبار المزيفة:

- يشمل ذلك استخدام التكنولوجيا مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات لتحديد وتقييم الأخبار المزيفة والتعرف عليها بشكل أسرع وأكثر دقة.

6. تشجيع الشراكات والتعاون الدولي:

- يتضمن ذلك تعزيز التعاون والتبادل المعرفي بين الدول والمنظمات الدولية لمواجهة الأخبار المزيفة عبر الحدود وتطوير استراتيجيات مشتركة لمكافحتها. بشكل عام، تعتمد الاستراتيجيات على مزيج من التوعية العامة، وتطوير المهارات، وتطبيق السياسات والتكنولوجيا للحد من انتشار الأخبار المزيفة وتقوية مكافحتها.

3. المبحث الثالث: حماية الخصوصية في الاعلام الرقمي

3.1. اولاً: اهمية حماية البيانات الشخصية :

حماية الخصوصية في الإعلام الرقمي وأهمية حماية البيانات الشخصية:

- أ. الحق في الخصوصية: يُعتبر الحق في الخصوصية من الحقوق الأساسية للأفراد، حيث يتمتع الأفراد بحق الحفاظ على سرية وخصوصية معلوماتهم الشخصية.
- ب. تطور الإعلام الرقمي: مع تطور التكنولوجيا وانتشار الإنترنت، أصبحت وسائل الإعلام الرقمي تجمع كميات هائلة من البيانات الشخصية، مما يجعل حماية الخصوصية أكثر أهمية من أي وقت مضى.
- ج. خطر انتهاك الخصوصية: تعرضت البيانات الشخصية لخطر الاختراق والاستخدام غير المشروع، سواء من قبل الهاكرز أو الشركات أو الحكومات، مما يهدد خصوصية الأفراد وسلامتهم الشخصية.
- د. التسويق المستهدف والاستهداف السياسي: يُستخدم تحليل البيانات الشخصية في الإعلام الرقمي لتوجيه الإعلانات والرسائل التسويقية بطريقة مستهدفة، كما يُستخدم أيضاً لاستهداف الأفراد في الحملات السياسية والتأثير على قراراتهم السياسية.



هـ. حماية البيانات الشخصية: يُعتبر تشريع الخصوصية وحماية البيانات الشخصية من الجوانب الرئيسية للقوانين واللوائح في العديد من الدول، حيث تُطبق معايير وسياسات لحماية خصوصية الأفراد وتنظيم استخدام البيانات الشخصية.

و. بناء الثقة والمصادقية: تلعب حماية البيانات الشخصية دورًا هامًا في بناء الثقة والمصادقية للشركات والمؤسسات التي تتعامل مع البيانات الشخصية، حيث يشعر الأفراد بالراحة والأمان عندما يعرفون أن بياناتهم تُحمى بشكل صارم.

ز. المسؤولية الاجتماعية: تُعتبر حماية البيانات الشخصية جزءًا من المسؤولية الاجتماعية للشركات والحكومات، حيث يجب على الجهات المعنية اتخاذ الإجراءات اللازمة لحماية خصوصية الأفراد وضمان عدم انتهاكها.

بشكل عام، يُعتبر حماية البيانات الشخصية في الإعلام الرقمي أمرًا حيويًا للحفاظ على الخصوصية والثقة والأمان للأفراد على الإنترنت (ابو اصبح، 1999: 55).

3.2. ثانيا: التحديات المتعلقة بالخصوصية في العصر الرقمي

في العصر الحديث، تواجه التحديات المتعلقة بالخصوصية مجموعة من القضايا والمشكلات التي تؤثر على الأفراد والمجتمعات على مستوى عالمي. بعض هذه التحديات:

1. جمع البيانات الضخمة (*Big Data*): يتم جمع كميات هائلة من البيانات عبر مختلف الأنظمة والخدمات الرقمية، مما يزيد من التحديات المتعلقة بالخصوصية والحفاظ على سرية المعلومات الشخصية.

2. التعرض للاختراقات الإلكترونية: يتعرض الأفراد والمؤسسات لخطر الاختراقات الإلكترونية وسرقة البيانات، مما يهدد خصوصية المعلومات الشخصية ويعرضها للتسرب والاستغلال غير المشروع.

3. تتبع الأنشطة عبر الإنترنت: يقوم العديد من الشركات والمنصات الرقمية بتتبع أنشطة المستخدمين عبر الإنترنت، مما يثير مخاوف بشأن انتهاك الخصوصية والتدخل في الحياة الخاصة للأفراد.

4. التحليل السلوكي والتوجيه الإعلاني: يستخدم التحليل السلوكي للمستخدمين في الإعلانات المستهدفة، مما يثير مخاوف بشأن تجاوز الحدود الخصوصية والاستهداف السلبي للأفراد.



5. تشريعات الخصوصية والحماية الضعيفة: في بعض البلدان، قد تكون التشريعات المتعلقة بالخصوصية والحماية الضعيفة، مما يتيح للشركات والمنظمات تجاوز القوانين والقيود المفروضة على جمع واستخدام البيانات الشخصية (2سعد، 1989: 93).
6. تطبيقات الهاتف الذكي والأجهزة القابلة للارتداء: يمكن أن تسمح تطبيقات الهاتف الذكي والأجهزة القابلة للارتداء بجمع البيانات الشخصية بطرق لم تكن معتادة، مما يثير مخاوف بشأن الخصوصية والأمان الشخصي.
7. التجسس الحكومي والمراقبة: يثير تجسس الحكومات ومراقبتها للاتصالات والأنشطة الإلكترونية مخاوف بشأن انتهاك الخصوصية والتدخل في الحياة الخاصة للمواطنين. هذه التحديات تبرز أهمية وضرورة تطوير وتنفيذ سياسات وتشريعات فعالة لحماية الخصوصية وضمان حقوق الأفراد في عصر الرقمي.

3.3. ثالثاً: استراتيجيات للحفاظ على خصوصية المستخدمين.

هناك العديد من الاستراتيجيات التي يمكن اتخاذها للحفاظ على خصوصية المستخدمين في العصر الرقمي، وتشمل ما يلي:

1. توعية المستخدمين:

تشمل هذه الاستراتيجية توفير التوعية للمستخدمين حول أهمية حماية خصوصيتهم وكيفية اتخاذ إجراءات لحماية بياناتهم الشخصية، مثل استخدام كلمات مرور قوية وتحديث البرامج والتطبيقات بانتظام.

2. تطبيق سياسات الخصوصية والأمان:

يجب على الشركات والمنظمات والمطورين تطبيق سياسات صارمة لحماية البيانات الشخصية للمستخدمين، والتأكد من توفير ميزات الأمان والتشفير اللازمة للحفاظ على سرية البيانات.

3. التشفير والحماية الأمنية:

يجب استخدام التشفير والتقنيات الأمنية المتقدمة لحماية البيانات الشخصية من الوصول غير المصرح به، سواء في النقل أو التخزين.

4. ضبط الوصول والتصاريح:

ينبغي للشركات والمنظمات تحديد وضبط الوصول إلى البيانات الشخصية، وتقديم التصاريح اللازمة لمن يحتاجون إلى الوصول إليها وفقاً للضوابط المحددة.



5. التحديثات الدورية والمراجعات:

يجب على الشركات والمنظمات إجراء التحديثات الدورية لأنظمة الأمان والخوادم والبرمجيات للتأكد من مواكبة أحدث التهديدات والثغرات الأمنية، بالإضافة إلى إجراء مراجعات دورية للسياسات والإجراءات الأمنية (فهومي، بلا ت.: 133-134).

6. المسؤولية الاجتماعية والتشريعات:

يجب على الشركات والمنظمات الالتزام بالتشريعات واللوائح المحلية والدولية المتعلقة بحماية البيانات الشخصية، وتبني مبادئ المسؤولية الاجتماعية في مجال حماية الخصوصية.

7. تطوير تقنيات الخصوصية:

يجب على الشركات والمنظمات الاستثمار في تطوير تقنيات الخصوصية الجديدة والمتقدمة، مثل التقنيات المتعلقة بالحفاظ على الخصوصية في تقنيات الذكاء الاصطناعي والتشفير الكمي والتحليل الأمان للبيانات.

باعتبار هذه الاستراتيجيات وتطبيقها بشكل فعال، يمكن تحقيق مستوى أعلى من حماية الخصوصية للمستخدمين في العصر الرقمي (جاسم، بلا ت.: 159).

4. المبحث الرابع: التوجيهات الأخلاقية للصحفيين والمؤسسات الإعلامية.

4.1. اولاً: مبادئ الأخلاقيات الصحفية

مبادئ الأخلاقيات الصحفية هي مجموعة من القيم والمعايير التي يجب على الصحفيين اتباعها في ممارسة مهنتهم بطريقة أخلاقية ومسؤولة. من بين هذه المبادئ:

أ. الصدق والدقة: يجب على الصحفيين التسليم بالحقيقة وتقديم المعلومات بشكل صحيح ودقيق دون تحريف أو تحريف.

ب. الموضوعية والحيادية: ينبغي على الصحفيين أن يكونوا موضوعيين ومحايدين في تغطية الأحداث وعرض الآراء، ويجب تجنب التحيز والتأثيرات الشخصية.

ج. احترام خصوصية الأفراد: يجب على الصحفيين احترام خصوصية الأفراد وعدم نشر أو نشر معلومات شخصية دون موافقة صريحة.

د. العدالة والتوازن: ينبغي على الصحفيين السعي إلى تحقيق التوازن والعدالة في تغطية الأحداث وإعطاء كل الأطراف المعنية فرصة للتعبير عن وجهات نظرها.



هـ. تجنب التحريض والتحرير: يجب على الصحفيين تجنب التحريض على الكراهية أو العنف، وتجنب تحريف المعلومات لتحقيق أهداف معينة.

و. الحفاظ على استقلالية الصحافة: يجب أن تظل الصحافة مستقلة عن الضغوط السياسية أو الاقتصادية، ويجب على الصحفيين الحفاظ على استقلاليتهم في تغطية الأحداث.

ز. الاحترام الإنساني: يجب على الصحفيين مراعاة الاحترام الإنساني وتجنب نشر المحتوى الذي يسيء للأفراد أو يتضمن تجاوزات أخلاقية.

ح. الشفافية: ينبغي على الصحفيين أن يكونوا شفافين في طريقة عملهم ومصادر المعلومات والتحقق من صحة المعلومات التي يقدمونها.

هذه المبادئ الأخلاقية تشكل إطارًا أساسيًا لممارسة الصحافة بطريقة أخلاقية ومسؤولة، وتساهم في بناء الثقة بين الصحفيين والجمهور وتعزيز دور الصحافة في المجتمع (حمزة، 1960: 24).

4.2. ثانياً: دور الصحفيين والاعلاميين في التحقق من المعلومة قبل نشرها .

دور الصحفيين والإعلاميين في التحقق من المعلومة قبل نشرها يعد أساسياً في ضمان نشر محتوى دقيق وموثوق به، وذلك لعدة أسباب:

1. تأكيد الصحة والدقة: يساعد التحقق المستفيض في التحقق من صحة المعلومات ودقتها قبل نشرها، مما يضمن تقديم محتوى صحفي موثوق به وخالي من الأخطاء.
2. تفادي نشر المعلومات الزائفة: يساعد التحقق في التثبت من صحة المعلومات وتجنب نشر الأخبار المزيفة أو الشائعات التي قد تضر بسمعة الصحافة وتثير اللبلة بين الجمهور.
3. حماية خصوصية الأفراد: يمكن للتحقيق المستفيض أن يساعد في حماية خصوصية الأفراد من خلال ضمان عدم نشر معلومات شخصية دون موافقتهم أو بدون داعٍ قوي.
4. تجنب الإساءة والتشهير: يمكن للتحقق المستفيض أن يساعد في تجنب نشر المعلومات التي قد تسبب الإساءة للأفراد أو تشوه سمعتهم دون داعٍ قوي.
5. توجيه القرارات الصحافية: يساعد التحقق في جمع المعلومات الكافية وتقديم السياق اللازم لفهم القضية، مما يساعد الصحافيين في اتخاذ قرارات صحفية مستنيرة ومسؤولة (الصريرية، 1990: 2).



6. بناء الثقة مع الجمهور: يساعد الصحفيون في بناء الثقة مع الجمهور عندما يتبنون ممارسات التحقيق الدقيقة والموثوقة، حيث يعتبر الجمهور التحقيق المستفيض دليلاً على مصداقية واحترافية الصحفيين.

باختصار، يعتبر التحقيق المستفيض من قبل الصحفيين والإعلاميين قبل نشر المعلومة أمراً أساسياً لضمان نقل الأخبار والمعلومات بشكل صحيح وموثوق به، وهو جزء لا يتجزأ من ممارسة مهنة الصحافة بشكل أخلاقي ومسؤول (خليفة، بلا ت.: 71).

4.3. ثالثاً: توجيهات للحفاظ على الخصوصية أثناء تغطية الأخبار

أثناء تغطية الأخبار، من المهم أن يلتزم الصحفيون والإعلاميون ببعض التوجيهات للحفاظ على خصوصية الأفراد وضمان ممارسة مهنتهم بشكل أخلاقي ومسؤول منها:

1. الحفاظ على خصوصية المصادر: يجب على الصحفيين الالتزام بسرية هوية المصادر التي تقدم المعلومات، وعدم الكشف عن هويتهم إلا بموافقتهم الصريحة.

2. التعامل بحذر مع المعلومات الشخصية: يجب تجنب نشر المعلومات الشخصية دون موافقة صريحة من الأفراد المعنيين، وعدم الكشف عن تفاصيل تتعلق بحياتهم الشخصية دون داعٍ قوي (Wulfemyer & Fadden, 1986: 468).

3. تجنب التحريض والتشهير: يجب تجنب نشر المعلومات التي قد تؤدي إلى التحريض على الكراهية أو التشهير بأفراد أو مجموعات دون أساس مشروع.

4. احترام خصوصية الضحايا والعائلات: يجب على الصحفيين احترام خصوصية الضحايا وعائلاتهم، وتجنب التداول في تفاصيل حادث أو جريمة يمكن أن تسبب إضائية لهم.

5. التحقق من المعلومات قبل النشر: يجب التحقق من صحة ودقة المعلومات قبل نشرها، وتجنب نقل الشائعات أو المعلومات غير المؤكدة.

6. التعامل مع المواضيع الحساسة بحساسية: يجب التعامل بحساسية مع المواضيع الحساسة مثل الجرائم والكوارث والأزمات الصحية، وتجنب تضخيم الأحداث أو إثارة الهلع (Glbson, et al., 1976: 180).

7. التفاعل بإحترام مع الأفراد: يجب على الصحفيين التفاعل بإحترام مع الأفراد الذين يتعاملون معهم، والتقدير لمواقفهم وآرائهم حتى في حال عدم التوافق معها.



8. التواصل مع الجهات المعنية: يُشجع التواصل المستمر مع الجهات المعنية أثناء تغطية الأخبار، مثل السلطات المحلية والمنظمات غير الحكومية، لضمان تقديم معلومات دقيقة وموثوقة. الالتزام بتلك التوجيهات لضمان الحفاظ على خصوصية الأفراد وممارسة الصحافة والإعلام بطريقة أخلاقية ومسؤولة (حسن، 1984: 304).

التوصيات

إِ التوصيات والحلول القابلة للتطبيق للتعامل مع التحديات الأخلاقية في الإعلام الحديث، خاصة في ما يتعلق بالأخبار المزيفة وحماية الخصوصية:

1. تعزيز التربية الإعلامية:

يجب تعزيز التربية الإعلامية في المناهج التعليمية على جميع المستويات لتمكين الأفراد من التمييز بين الأخبار الحقيقية والمزيفة. يمكن تضمين دروس عن كيفية تحليل المحتوى الإعلامي وفهم الأساليب التي تستخدم لنشر الأخبار المزيفة.

هذه الاستراتيجية تم استخدامها في دول مثل فنلندا التي نجحت في تقليل تأثير الأخبار المزيفة من خلال برامج تعليمية مخصصة لهذا الغرض.

2. استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار المزيفة:

يمكن لوسائل الإعلام الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل الأخبار المنشورة على الإنترنت وتصنيفها على أنها مزيفة أو صحيحة بناءً على معايير محددة مثل موثوقية المصدر، محتوى الخبر، والأنماط اللغوية المستخدمة.

هذا الحل مطبق بالفعل في بعض المنصات مثل *Facebook* و *Twitter*، حيث يتم تصنيف الأخبار التي يشتبه في أنها مزيفة وتحذير المستخدمين منها قبل قراءتها أو مشاركتها.

3. الشفافية في استخدام البيانات وحماية الخصوصية:

يجب على الشركات الإعلامية الالتزام بسياسات الشفافية في استخدام البيانات الشخصية، وإعلام المستخدمين بوضوح حول كيفية جمع البيانات واستخدامها. تفعيل الموافقة المسبقة من المستخدمين قبل استخدام بياناتهم الشخصية يعزز الثقة ويحمي الخصوصية.

تعزيز القوانين مثل اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) في أوروبا التي تفرض على الشركات الامتثال لمعايير صارمة في التعامل مع البيانات الشخصية.



4. إشراك الحكومات والمنظمات غير الحكومية:

يتعين على الحكومات والمنظمات غير الحكومية التعاون في وضع سياسات ولوائح تحد من انتشار الأخبار المزيفة، عبر توفير مراكز تحقق مستقلة للأخبار وتقديم تمويل للبحوث العلمية حول مواجهة المعلومات المضللة.

في الولايات المتحدة، تم استخدام نموذج "التطعيم النفسي" حيث يتم تحذير الجمهور مسبقاً من الأخبار الكاذبة، وهو نموذج يمكن تكيفه على نطاق أوسع.

5. تشجيع منصات التواصل على تفعيل آليات "التتقيف المسبق":

يجب على منصات التواصل الاجتماعي تفعيل أدوات مثل "التتقيف المسبق" التي تُعرّف المستخدمين على الأساليب الشائعة المستخدمة لنشر الأخبار المضللة، بالإضافة إلى تحذيرات منطقية تشرح المغالطات التي قد تتضمنها بعض الأخبار.

يمكن للمستخدمين لعب أدوار فعالة من خلال التحقق من صحة الأخبار قبل مشاركتها، مما يقلل من انتشار المعلومات المغلوطة.

6. فرض عقوبات على نشر الأخبار المزيفة:

يجب تشديد القوانين المتعلقة بنشر الأخبار المزيفة، بحيث تتضمن عقوبات رادعة لكل من ينشر معلومات مضللة بهدف التلاعب بالجمهور أو لتحقيق مكاسب غير أخلاقية.

دول مثل ألمانيا تبنت قوانين صارمة تفرض غرامات مالية كبيرة على المنصات التي تفشل في إزالة الأخبار المزيفة في وقت معقول.

هذه الحلول والتوصيات، إذا تم تبنيها على نطاق واسع، يمكن أن تساعد في الحد من تأثير الأخبار المزيفة وتعزيز حماية الخصوصية في الإعلام الحديث.

الخاتمة:

في الختام، يمكن القول إن التحديات الأخلاقية في مجال الإعلام الحديث تتطلب تفكيراً عميقاً ومجهوداً مستمراً من جميع الأطراف المعنية، سواء كانوا صحفيين أو مستهلكين للمعلومات. من خلال مواجهة تحديات مثل الأخبار المزيفة وحماية الخصوصية، يمكن تعزيز ممارسات الإعلام الأخلاقية وضمن تقديم محتوى صحفي موثوق ومفيد للمجتمع.



من المهم التأكيد على أهمية تعزيز التوعية بين الجمهور حول أخطار الأخبار المزيفة وضرورة التحقق من المعلومات قبل تبنيها أو نشرها. بالإضافة إلى ذلك، يجب على الصحفيين الالتزام بمبادئ الأخلاقيات الصحفية والعمل على تعزيز الشفافية والمساءلة في عملهم. من خلال التحديات والفرص التي تواجه الإعلام الحديث، يمكن أن نعمل معاً على بناء بيئة إعلامية أكثر تفاعلية وأخلاقية، تلبي احتياجات وتطلعات المجتمع وتساهم في تعزيز الديمقراطية والاستقرار الاجتماعي.

المصادر

- [1] أبو أصعب، خليل. (1999). تحديات الإعلام العربي. دار أرام للدراسات والنشر والتوزيع- عمان.
- [2] أحمد، سيد غريب. (1983). تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- [3] البادي، محمد. (2011). الإطار التربوي لقضية الأخلاقيات المهنية. دار النهدين للنشر.
- [4] جاسم، السيد. (2019). مبادئ الصحافة في عالم المتغيرات. دار القاهرة للنشر.
- [5] حسن، محمد. (1984). الإعلام والاتصال بالجمهير والرأي العام. ط1، عالم الكتب، القاهرة.
- [6] حمزة، اللطيف. (1960). أزمة الضمير الصحفي. دار الفكر العربي، القاهرة.
- [7] سعد، علي. (1988). الرأي العام بين القوة والأيدولوجية. دار النهضة العربية.
- [8] الصرايرة، نجيب. (2019). الهيمنة الاتصالية: المفهوم والمظاهر. مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 18. دار الفكر للنشر.
- [9] فهمي، سيد. (2018). الإعلام في المنظور الاجتماعي. دار القاهرة للنشر في مصر.
- [10] مكاي، عماد. (1994). أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة. الدار المصرية اللبنانية.
- [11] Gibson, James L., Ivancevich, John M., & Donnelly, James H. (1976). *Organizations: Behavior, Structure, Processes. Business Publications, INC.*
- [12] Nature. (2022). *Misinformation threat to democracy. Nature. Retrieved from https://www.nature.com/articles/d41586-022-00444-2*
- [13] Springer Link. (2020). *Fake news and disinformation. Social Network*

Print ISSN: 2791-2248

Online ISSN: 2791-2256

مَجَلَّةُ تَسْنِيمِ الدَّوَلِيَّةِ
لِلْعُلُومِ الْإِنْسَانِيَّةِ وَالْإِجْتِمَاعِيَّةِ وَالْقَانُونِيَّةِ



Analysis and Mining. Retrieved from

<https://link.springer.com/article/10.1007/s13278-020-00685-7>

[14] Wulfemyer, Tim, & Fadden, Lori. (1986). *Journalism Quarterly*,
University of South Carolina, College of Journalism, p. 468.

العدد الخاص - تشرين الأول - 2024 / November

