المحاضرة 1: مدخل مفاهيمي للاتصال الرقمي: المفهوم، الخصائص، المجالات

مقدمة

يمثل الاتصال الرقمي أحد أهم التحولات الحضارية المعاصرة، حيث أصبح الإطار الرئيس لتبادل المعلومات والتفاعل الاجتماعي والمؤسسي عبر الوسائط الإلكترونية.

أولا: تعريف الاتصال الرقمي

هو العملية التي يتم فيها تبادل المعلومات والبيانات والرسائل عبر الوسائط الإلكترونية وشبكات الاتصال بعد تشفيرها وتحويلها إلى إشارات رقمية: آحاد وأصفار، ويتم نقلها عبر قنوات متنوعة مثل الألياف الضوئية، الشبكات اللاسلكية(Wi-Fi, 5G) ، وخطوط الهاتف، عبر الأجهزة الإلكترونية.

ثانياً: أدوات الاتصال الرقمي

تتنوع وسائل الاتصال الرقمي بين نصية ومرئية وصوتية، من أكثرها استخداما: البريد الإلكتروني، المنصات الرقمية، الصفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، التطبيقات، المواقع الإلكترونية الرسمية ، تطبيقات عقد الاجتماعات والدردشة عن بعد، المؤتمرات الرقمية وتصميم الحملات الاتصالية والإعلامية الرقمية...ويتم استخدامها بأجهزة متعددة لاسيما الهواتف الذكية ، أجهزة الكمبيوتر المحمول والثابت، اللوحات الإلكترونية، الشاشات الذكية، الساعات الذكية...

ثالثاً: مجالات الاتصال الرقمي

الاتصال والتواصل الاجتماعي

التعليم الرقمي

العمل والمؤسسات

الاتصال التسويقي الرقمي

الصحة الرقمية

السياسة والاتصال السياسي

الاقتصاد والتجارة الإلكترونية

الإعلام والصحافة الرقمية

الاتصال الثقافي والاجتماعي

الاتصال الصحي والبيئي

رابعاً: خصائص الاتصال الرقمي

الشمولية / المرونة/ نقل عالي الجودة لمسافات بعيدة/ التفاعلية/ تعدد الاتجاهات/ الاستغراق الفورية / اللاتزامنية/ الانتشار العالمي وتجاوز الحدود/ الوسائط المتعددة/ الأرشفة الرقمية/ قابلية القياس وتحليل البيانات/ الفردانية / التجزئة/ التكامل/ التنوع. الاتصال الرقمي أكثر ديمقراطية يتيح المشاركة للجميع)، أكثر ذكاءً (بفضل تحليل البيانات والخوارزميات)، وأكثر خطورة (في حال إساءة استخدامه.

المحاضرة 2 مهارات وأسس الاتصال الرقمي الفعال في المؤسسة

أولاً: تعريف الاتصال الرقمي المؤسسي:

يشير مفهوم الاتصال المؤسسي الرقمي إلى توظيف الوسائط الرقمية في جميع جوانب النشاط الاتصالي للمؤسسة بهدف تحقيق الرضا وتحسين الأداء والفاعلية وتعزيز خدمة العملاء وإدارة السمعة والهوية الرقمية للمؤسسة وبناء صورتها الذهنية الرقمية.

وهو مجمل العمليات والآليات التي تستخدم الوسائط والمنصات الرقمية لإدارة تدفق المعلومات والتفاعل بين عناصر المؤسسة داخليًا، وبين المؤسسة وجمهورها خارجيًا. يشمل: الاتصال الداخلي، الاتصال الخارجي، الاتصال التسويقي، اتصال الأزمات الرقمي، الحملات الرقمية للاتصال العمومي..أنشطة العلاقات العامة.

ثانياً: أهدافه

الرضى الوظيفي

تحسين تجربة العملاء

تقليل الجهد والكلفة مقابل رفع الكفاءة والأداء وتقليل الأخطاء

تعزيز الإبداع والابتكار والتنافسية

ثالثاً: خصائصه

السرعة والفورية

تعدد القنوات

المحتوى المدمج

قابلية الأرشفة

عابر للمكان والزمان

رابعاً: مهارات الاتصال الرقمي الفعال

يهدف الاتصال الرقمي الفعال لتحقيق الاقناع والتأثير وعدم الاكتفاء بإيصال الرسالة، ويتطلب ذلك امتلاك مهارات الاتصال التقليدي إضافة إلى عدد من المهارات ترتبط بمزايا وخصائص الاتصال الرقمي الفعال يمكن إجمالها في:

- مهارات التواصل الفوري والسريع
- مهارات كتابة وإنتاج وانتقاء المحتوى المدمج
- مهارات استخدام تقنيات الاتصال الرقمي (email ، chat، video conference، intranet...).
- مهارة التوثيق والأرشفة
- تصميم حملات الاتصال العمومي والحملات الاعلامية الإلكترونية
- اتخاذ القرار السريع وسرعة الاستجابة والتعامل مع الردود الآنية

– امتلاك الذكاء العاطفي الرقمي (الفهم الصحيح للرسائل النصية، تجنب الردود الانفعالية عبر البريد أو المحادثات، التوظيف المناسب للرموز التعبيرية...)

– الاحترافية المهنية الرقمية(استخدم البريد الإلكتروني الرسمي بأسلوب مهني، إدارة الوقت الافتراضي للعمل وللاجتماعات، القدرة على الحفاظ على الخصوصية والسرية الرقمية، القدرة على استخدام والتحكم في الأدوات الرقمية، إدارة الملفات المشتركة، سرعة التكيف والتأقلم التحول الرقمي للمؤسسة.

– القدرة على تجنب سوء الفهم وإدارة توتر العلاقات الناتج عن غياب الاتصال الشخصي والحضوري.

الاطلاع على المقال عبر الرابط : https://asjp.cerist.dz/en/article/235001.

صعوبات اعتماد الاتصال الرقمي في المؤسسات:

– مقاومة التغيير على مستوى الفرد والمؤسسة.

– الافتقار للثقافة الاتصالية الرقمية في المؤسسة

– تفاوت المهارات التقنية (الفجوة الرقمية)مما يعرقل سير العمل

– إرهاق المعلومات

– بطء التحول الرقمي المؤسسي

– تحدي أمن المعلومات

– الاعتماد على المنصات والتطبيقات والبرمجيات الخارجية

– انقطاع الخدمة

– ضعف أو انعدام البنية التحتية

– نقص تكوين وتأهيل الكفاءات الرقمية في معظم المجالات المهنية

– سوء استخدام المنصات الرقمية لاسيما منصات التواصل الاجتماعي(القائم بالاتصال والمستخدم ...

المحاضرة 3: الثورة الرقمية والتحولات الاجتماعية والفردية

يشير مصطلح الثورة الرقمية إلى مجمل التغيرات التي أحدثها الاندماج بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والوسائط الرقمية في تاريخ البشرية منذ النصف الثاني من ق19 وبداية ما عرف بعصر المعلومات وما أفرزه من تحولات وتأثيرات كبرى في حياة الأفراد والمجتمعات المعاصرة ما دفع إلى اعتبارها بمثابة ظاهرة اجتماعية وثقافية عميقة تعيد تشكيل الفرد والمجتمع على حد سواء ليست مجرد تحول تقني.

1.مفهوم الثورة الرقمية

الثورة الرقمية هي الانتقال من النظم التقليدية المعتمدة على المعلومات الورقية والعمليات اليدوية، إلى نظم تعتمد على البيانات الرقمية، الذكاء الاصطناعي، الإنترنت، الحوسبة السحابية، وإنترنت الأشياء، مما أدى إلى وجود ما يعرف –إن صح التعبير "المجتمعات الرقمية." الإنسان الرقمي."

ثانيًا: التحولات الاجتماعية الناتجة عن الثورة الرقمية

تحولات في بنية التواصل الاجتماعي

- الانتقال من التواصل المباشر إلى التواصل الافتراضي.
- تسريع زمن وفضاء التواصل وتحويله من محلي إلى عالمي ومن واقعي إلى افتراضي
- تكوين شبكات اجتماعية عابرة للحدود.
- تغير طبيعة العلاقات: من علاقات طويلة المدى إلى علاقات سريعة ومؤقتة أحيانًا.
- ظهور مفاهيم من قبيل بالمجتمع الرقمي، المجتمع الافتراضي ، العالم الرقمي، البيئة الرقمية باعتبارها فضاءات جديدة للتفاعل الاجتماعي الذي أوجدته التقنيات الرقمية، حيث تتشكل بنى ، أدوار علاقات اجتماعية ، هويات، علاقات، قيم وأنماط سلوك جديدة.

تحولات في القيم والثقافة والإعلام

- بروز ثقافة المشاركة والمحتوى المفتوح.
- انتشار الثقافة البصرية على حساب الثقافة النصية.
- ظهور مفاهيم جديدة للخصوصية والهوية.
- تعزيز ثقافة الاستهلاك الفوري.
- تراجع الاحتكار الإعلامي والاتصالي المؤسسي لصالح المؤثرين وصناع المحتوى الرقمي
- الصحافة والإعلام الرقمي

التحولات الاقتصادية والاجتماعية

- إعادة تشكيل الاقتصاد وظهور فرص ونماذج اقتصادية مبتكرة(التجارة الإلكترونية، التسويق الرقمي، العملات الرقمية..
- صعود الاقتصاد الرقمي والعمل عن بُعد والمنصات الرقمية.
- ظهور مجالات مهن ومجالات عمل جديدة بالكامل مثل تطوير البرمجيات، وتحليل البيانات، والأمن السيبراني، والتسويق الرقمي ..
- انتشار الأتمتة
- نشوء تفاوتات رقمية بين من يمتلكون التكنولوجيا ومن يُحرمون منها.
- إعادة تشكيل الطبقات الاجتماعية وفق القدرة على الوصول إلى المعرفة والتكنولوجيا.
- – مجال الطب والرعاية الصحية الرقمية
- قطاع التعليم(الابتكار والإبداع، المشاريع الفردية، ريادة الأعمال، التعليم عن بعد، التعلم الذاتي..

التحول السياسي والاجتماعي

- تعزيز المشاركة السياسية الرقمية.
- دور وسائل التواصل في تشكيل الرأي العام.
- انتشار ظواهر التضليل الإعلامي والأخبار الزائفة.

ثالثًا: التحولات على مستوى الفرد

التحولات النفسية

- تسارع نمط الحياة وتزايد الضغط النفسي والقلق الرقمي الخوف من فوات الشيء.

- الاعتماد المتزايد على الأجهزة الذكية.
- ظاهرة المؤثرين
- التحول القيمي والأخلاقي
- الانكشاف والاستعراض الرقمي للذات.
- ظهور ظواهر الإدمان الرقمي والعزلة الاجتماعية الافتراضية الاغتراب الرقمي.
- بروز مفهوم "الهوية الرقمية."، الهوية الافتراضية..
- تحول الفرد من المستهلك إلى "المُنتِج–المستخدم.
- الاغراق في الفردانية وتنامي النزعة الاستهلاكية المادية للفرد مقابل تراجع الأخلاقيات والقيم الروحية
- تشكل "ذوات رقمية" للفرد.
- إعادة تعريف الخصوصية والحدود الشخصية.

رابعًا: الفرص التي تقدمها الثورة الرقمية

- تعزيز الابتكار والإبداع.
- تمكين الأفراد من التعبير والمشاركة.
- دعم التعليم والصحة والخدمات.
- فتح آفاق اقتصادية جديدة.
- تعزيز الوعي العالمي والتواصل بين الثقافات.

خامسًا: التحديات والمخاطر

- الأخلاقيات والقيم
- الاختراقات الأمنية وانتهاك الخصوصية.
- التفاوت الرقمي بين المجتمعات والفئات.
- سيطرة الشركات الكبرى على البيانات.
- إشكاليات الهوية والانتماء.
- مخاطر فقدان الوظائف بسبب الأتمتة والذكاء الاصطناعي.

المحاضرة 4+5: فلسفة الأخلاق +الأخلاق والأخلاقيات في العوالم الرقمية –ماهيتها وأهميتها

يجمع موضوع المحاضرة بين البعد الفلسفي القيمي للأخلاق في المذاهب الفلسفية والبعد التقني السلوكي الذي فرضه سؤال الأخلاق والقيم في العوالم الرقمية وضرورة البحث في ماهيتها وأهميتها وكيفية تطبيقها وتحقيق تحول قيمي وأخلاقي يواكب ويوازي خصوصية الفضاء الرقمي.

أولا: مفهوم الأخلاق لغة: الخلق: الطبيعة وجمعها أخلاق والخلق: السجية، والخلقة: بمعنى الفطرة، والخلق هو الدين والطبع وحقيقته: وصف لصورة الإنسان الظاهرة والباطنة هي نفسه، وهي أوصاف حسنة وقبيحة.

مما يشير إلى أن الأخلاق تعد عادة تصدر عن المرء بصفة الاعتياد والممارسة حتى توصله إلى تكوين البصيرة الخلقية فالخلق سجية وصفة متأصلة في الإنسان.

مفهوم الأخلاق اصطلاحاً: يرى ابن مسكويه أن الخلق هو: "حال للنفس، داعية إلى أفعالها من غير فكر ولا روية، وهذه الحال تنقسم إلى قسمين: منها ما يكون طبيعياً من أصل المزاج....ومنها ما يكون مستفاداً بالعادة والتدرب، وربما كان مبدؤه بالروية والفكر، ثم يستمر عليه أولاً حتى يصير ملكة وخلقاً"

ومن التعريفات الأخرى للأخلاق في الاصطلاح:

صفة مستقرة في النفس فطرية أو مكتسبة، ذات آثار في السلوك محمودة أو مذمومة"

"المثل والقيم المنظمة للسلوك الإنساني التي يحددها الدين على نحو يسمو بالإنسان، ويحقق غايته في الحياة وسعادته، وهي بهذا لا تشمل إلا ما هو حسن وجميل ومحمود عند الله تعالى وعند الناس".ونلاحظ أن التعريفات للأخلاق بعضها اعتبر مفهوم الأخلاق بأنه السجية والطبع، وبعضها ركز على الأخلاق كسلوك ظاهر، وبعضها اعتبرها عاماً لعلم الخير والشر، ولكن له قواعد ومعايير، وبعضها حصر الأخلاق في المثل والفضائل الخيرة النبيلة https://www.hnjournal.net/ar/3-2-1/

ثانيا: فلسفة الأخلاق في المذاهب الفلسفية الكبرى:

الرابط أدناه:

https://www.youtube.com/watch?v=DsyD5phDvdw

الأخلاق الفلسفية، والأخلاق الدينية

اشتُهر عند الباحثين من علماء الغرب أن قوانين الأخلاق الفلسفية تختلف اختلافًا بيِّنًا عن قوانين الأخلاق الدينية، وأن هذا الاختلاف بينهما يبدو من وجوهٍ شتَّى: من حيث موضوعهما، ومن حيث الواضع لهما ومن حيث أساس التشريع)، ومن حيث بواعث العمل وأهدافه وجزاؤه المقرر في كلٍّ منهما. الرابط أدناه:

https://www.muslim-library.com/arabic/%D9%85%D8%AE%D8%AA%D8%B5%D8%B1-%D8%AF%D8%B3%D8%AA%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%B1%D8%A2%D9%86/

ثالثا: الأخلاق والأخلاقيات في العوالم الرقمية –ماهيتها وأهميتها

مفهوم الأخلاقيات الرقمية:

هي تطبيق المبادئ الأخلاقية على البيئة الرقمية وكل ما يتعلق بتوظيف التكنولوجيا، الإنترنت، الذكاء الاصطناعي، البيانات الضخمة، والخدمات الرقمية. وتمثل مجموعة من القواعد والقيم التي تنظم:

كيفية استخدام التكنولوجيا

كيفية حماية الإنسان وحقوقه في الفضاء الرقمي

مسؤوليات الأفراد والمؤسسات والشركات المطوِّرة للتكنولوجيا

ضمان العدالة وعدم التمييز في الأنظمة التقنية

ويعتبر "جيمس مور" الأب الروحي لفكرة الأخلاقيات الرقمية؛ وذلك من خلال مقالته المرجعية الشهيرة التي نشرها عام 1985، إبان ما عرف بثورة الحواسيب، وحملت عنوان "ما هي أخلاقيات الحاسوب؟" وقد عرفها بأنها وسيلة لتحليل طبيعة تكنولوجيا الحاسوب وآثارها الاجتماعية، وما يترتب عن ذلك التحليل من صياغة لسياسات الاستخدام الأخلاقي لهذه التكنولوجيا.

ثم –مع مطلع الألفية الثالثة– برز مفهوم "أخلاقيات الوسائط الرقمية"، وذلك موازاة مع الحضور المهيمن الذي باتت تتمتع به هذه الوسائط في المجتمعات الإنسانية، بالنظر إلى العدد الهائل من الحواسيب والكاميرات والهواتف الذكية وأنظمة تحديد الموقع وإنترنت الأشياء. وجاء هذا المفهوم ليشمل سلوك وطريقة استخدام الوسائط الرقمية بصفة عامة، وليس لدى الصحفيين فقط.

وتتسم هذه الاخلاقيات في العصر الرقمي، بأنها لم تتجاوز أو تلغ المنظومة الأخلاقية السابقة، بمصادرها الدينية والفلسفية والقيمية المتنوعة، بل أقرتها؛ لكنها أضافت إليها حزمة جديدة من القواعد الأخلاقية، ترتبط أساسا بحقول مثل الخصوصية والحقوق الفكرية....

الفرق بين الأخلاق والأخلاقيات الرقمية

أولًا: الأخلاق(Ethics / Morality) : هي منظومة عامة من القيم والمبادئ التي تنظم سلوك الإنسان في حياته اليومية. تشمل ما يعتبر صحيحًا أو خاطئًا، عادلًا أو غير عادل، مقبولًا اجتماعيًا أو مرفوضًا. تنتمي إلى مجالات الفلسفة، الدين، الثقافة، والعادات الاجتماعية، وتتناول العلاقة بين الإنسان والآخرين في مختلف المواقف التقليدية وغير التقنية.

وهي مجموعة المبادئ والقواعد التي تنظّم تحكم وتظبط وتوجه السلوك الإنساني في الفضاء الرقمي، بما يضمن احترام القيم الإنسانية، حماية الخصوصية، وتحقيق العدالة الرقمية وتشمل كل ما يتعلق بالاستخدام الأخلاقي للتكنولوجيا الرقمية– الاتصال المؤسسي الرقمي، الإعلام الرقمي، الذكاء الاصطناعي، البيانات الضخمة، شبكات التواصل الاجتماعي، الإدارة الالكترونية، التجارة الإلكترونية، التسويق الرقمي ، الألعاب الالكترونية ...تختلف نوعا ما عن الأخلاق بمفهومها التقليدي، ولكن يوحدهما التشابه في الفلسفة والغاية. بأن يكون مصدرها مجموع القيم التي تنظم سلوك الإنسان؛ مثل الدين والقانون والأعراف ومبادئ الأمم المشتركة، وغايتها ضبط سلوك الإنسان في الفضاء الرقمي.

خصائصها:

عامة وشاملة لكل مجالات الحياة.

مرتبطة بالقيم الإنسانية والاجتماعية.

مستقرة نسبيًا عبر الزمن مع بعض التغيرات التدريجية.

تهدف إلى ضبط السلوك الإنساني بما يحقق الخير العام.

الأخلاقيات الرقمية(Digital Ethics)

هي فرع حديث من الأخلاق يهتم بتطبيق المبادئ الأخلاقية نفسها داخل البيئة الرقمية والتكنولوجية. تختص بكيفية استخدام الإنترنت، البيانات، الذكاء الاصطناعي، وسائل التواصل الاجتماعي، والأجهزة الرقمية، وما يترتب عليها من حقوق ومسؤوليات.

خصائصها:

مجال متخصص ناتج عن التطور التكنولوجي.

تركز على قضايا مثل: الخصوصية الرقمية، حماية البيانات، الأمن السيبراني، التحيز الخوارزمي، حرية التعبير والمسؤولية الإلكترونية، الاستخدام الآمن للتكنولوجيا متغيرة وسريعة التطور بسبب سرعة الابتكار التقني.

أهمية الأخلاقيات الرقمية

حماية الكرامة الإنسانية والخصوصية

توجيه السلوك الرقمي نحو المسؤولية والاحترام.

بناء سمعة رقمية إيجابية تعكس القيم الإنسانية.

الوقاية من المخاطر القانونية والاجتماعية الناتجة عن سوء الاستخدام.

تعزيز الثقة في البيئة الرقمية والمؤسسات التقنية.

الحد من الجرائم السيبرانية والممارسات غير القانونية.

تعزيز العدالة الرقمية والمساواة في الوصول إلى المعلومات والخدمات.

الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي.

المحاضرة6 +7مجالات أخلاقيات الاتصال الرقمي وأبعاده

تتعدد ميادين ومجالات تطبيق الأخلاقيات الرقمية، ومن أبرزها:

الخصوصية الفردية الرقمية: تعتبر الخصوصية الفردية أحد جوانب الكرامة الإنسانية التي تشير حق كل شخص في احترام فرديته ومجاله الداخلي وعدم التعرض للتدخلات التي قد تمس لذلك. يمكن أن تحدث انتهاكات للسلامة الشخصية جسديًا (العنف والإكراه) أو نفسيًا(الإذلال، والكشف عن معلومات ذات طبيعة خاصة، والتمييز، وتعنيفي البيئة الرقمية احترام الحياة الخاصة للمستخدمين وكرامتهم ، وحماية بياناتهم من التنصت والتجسس الرقمي وتتبع السلوك وأي استخدام غير مرخص وغير مشروع لبياناتهم (الاسم– الموقع– الصور– البريد– رقم الهاتف، بيانات الحسابات الرقمية، البيانات الحيوية البصمة الرقمية، البيومترية..).

– **حماية البيانات:** البيانات الشخصية الرقمية هي أي معلومة يمكن أن تُستخدم للتعرف على هوية شخص بشكل مباشر أو غير مباشر، وتشمل: الاسم، العنوان، رقم الهوية، رقم الهاتف، البريد الإلكتروني. الصور

والفيديوهات والبيانات الصوتية. بيانات الموقع الجغرافي وحركة التصفح. البيانات السلوكية والاهتمامات الرقمية. بيانات القياسات الحيوية (البصمة، ملامح الوجه، الصوت...وتمثل هذه البيانات "الهوية الرقمية للفرد". التي وجب التعامل معها وفق الأسس الأخلاقية لحماية البيانات الشخصية

مبدأ الخصوصية: حق الفرد في أن يُترك وشأنه في الفضاء الرقمي، وأن يتحكم في كيفية استخدام معلوماته.

مبدأ الموافقة المستنيرة : ضرورة أن يُمنح الشخص القدرة على فهم طبيعة البيانات التي تُجمع عنه، والغرض من جمعها، ومَن سيستخدمها، قبل الموافقة.

مبدأ الحد الأدنى من البيانات: لا يجوز جمع بيانات تفوق الحاجة الفعلية للغرض المعلن.

مبدأ الشفافية والمساءلة: المؤسسة أو الجهة التي تجمع البيانات يجب أن تكون صادقة وواضحة في سياساتها، وخاضعة للمساءلة عند أي خرق.

مبدأ الأمان والسرية: حماية البيانات من السرقة أو التلاعب واجب أخلاقي وتقني.

مبدأ العدالة وعدم التمييز: منع استخدام البيانات لإقصاء فئات أو التمييز ضدها.

تستخدم اليوم التكنولوجيات الرقمية، من قبيل تجميع البيانات والذكاء الاصطناعي، لتتبع المشكلات وتشخيصها في مجالات الزراعة والصحة والبيئة، أو لأداء مهام يومية ويمكن استخدامها للدفاع عن حقوق الإنسان وممارستها– إلا أنه يمكن استخدامها أيضاً لانتهاك تلك الحقوق، من خلال، مثلا، رصد تحركاتنا ومشترياتنا ومحادثاتنا وسلوكياتنا فالحكومات والشركات تتوافر لديها بشكل متزايد الأدوات اللازمة لاستخراج البيانات واستغلالها للأغراض المالية وغيرها https://www.un.org/ar/un75/impact-digital-technologies حيث تتزايد مسؤولية حماية هذه البيانات ضد التهديدات السيبرانية، مثل الاختراقات وتسريب البيانات..ويجب على هذه الشركات أن تتخذ قرارات أخلاقية حول كيفية جمع البيانات، استخدامها، ومشاركتها، بما يضمن عدم التعدي على خصوصية الأفراد وحقوقهم.

– **حقوق الملكية الفكرية** تشمل احترام حقوق المؤلفين والمبدعين في البيئة الرقمية ومنع القرصنة والانتحال. وهي الحقوق القانونية التي تُمنح لمنشئي الأعمال الإبداعية(نصوص، صور، فيديو، موسيقى، برامج، تصميمات العلامات التجارية والشعارات. الاختراعات والبراءات. التصميمات الفنية والبرمجية. قواعد البيانات...ويفترض عدم التعدي على الملكية الفكرية الرقمية ما يلي نسب العمل لصاحبه وعدم النسخ والمشاركة وإعادة النشر والتعديل دون إذن

استخدام التراخيص المفتوحة بشروطها

عدم قرصنة المحتويات والمنتجات المدفوعة

فهم خصوصية الملكية الفكرية في الفضاء الرقمي وأهميتها الأخلاقية.

التمييز بين الاستخدام المشروع وغير المشروع للمحتوى الرقمي.

الالتزام بحقوق المؤلفين والمبدعين أثناء النشر أو المشاركة أو إعادة الاستخدام.

التعامل الأخلاقي مع المحتوى الرقمي: تشمل

– التحلي بالاحترام والمسؤولية أثناء التفاعل على المنصات الرقمية (المسؤولية الأخلاقية الرقمية)

– احترام الذات والآخر

- تجنب خطاب الكراهية، التنمر الإلكتروني
- تعزيز ثقافة الحوار والتسامح.
- احترام القيم الثقافية والاجتماعية
- عدم نشر معلومات مضللة أو مفبركة
- حماية الفئات الضعيفة (الأطفال – كبار السن(
- التأكد من صحة المعلومات
- احترام الخصوصية
- ممارسة النقد الموضوعي دون إساءة أو تشهير.
- التفاعل بطريقة تحترم القيم المؤسسية والمجتمعية.
- الإبلاغ عن التجاوزات أو الأخبار المضللة بدل نشرها.

2. أبعاد أخلاقيات الاتصال الرقمي

البعد الأخلاقي: يشمل القيم والمعايير الأخلاقية التي تحكم صناعة وتداول المحتوى الرقمي من قبيل: المصداقية، نشر المعلومات الدقيقة، تجنب التضليل والتزييف، الالتزام بالتحقق من المصادر، الالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية، الشفافية والافصاح عن الغرض من الشر، الإفصاح عن الإعلانات والرعاية المدفوعة العدالة والإنصاف وتجنب التمييز وتمثيل الفئات الاجتماعية بشكل عادل ومتوازن، **والالتزام بالقوانين...**

البعد الإنساني: هو البعد الذي يركز على أنسنة التقنية مقابل رقمنة الإنسان بما يحقق الاستغلال الأمثل للتطور التقني الرقمي، ويحفظ ويحافظ على إنسانية الإنسان هويته، وقيمه وأخلاقه ، وحقوقه النفسية والاجتماعية ويشمل ذلك: احترام كرامة الأفراد، حرماتهم ، خصوصياتهم، حماية المشاعر والصحة النفسية خاصة في أوقات المرض، الموت، الكوارث، حماية الفئات الحساسة الهشة (الأطفال والمراهقون، ذوو الاحتياجات الخاصة، كبار السن..تعزيز قيم التسامح والتواصل والحوار والتفاعل الإنساني.

البعد التقني: يشمل الجوانب المرتبطة بتصميم الأنظمة والبرمجيات والمنصات الرقمية، إدارة البيانات، أمن المعلومات، وآليات التشغيل التي يمكن أن تعزز السلوك الأخلاقي الرقمي أو تؤدي إلى انتهاكه في حال اساءة الاستخدام من قبل المبرمجين، المهندسين التقنيين، القائمين بالاتصال والمستخدمين ومالكي المؤسسات

المحاضرة 08: المسؤولية الأخلاقية لأطراف الاتصال الرقمي في المؤسسات: القائم بالاتصال، المتلقي، صانع المحتوى، مصمم الويب والبرامج...

مفهوم المسؤولية الأخلاقية الرقمية: تعنى قدرة واستعداد المستخدمين والمؤسسات وأي طرف في العملية الاتصالية في البيئة الرقمية لتحمل تبعات سلوكياتهم وأفعالهم ونشاطهم الاتصالي الحر والاختياري في إطار الالتزام الذاتي بالمبادئ والقيم قبل التشريعات والقوانين.

وهي الالتزام الذاتي والجماعي بالتصرف وفق قيم ومبادئ تحكم السلوك المهني في المجال الرقمي، بما يضمن احترام الإنسان، والشفافية، والمصداقية، والخصوصية. وهي تقوم على ثلاثة مرتكزات:

الوعي الأخلاقي: إدراك الفعل وتأثيره.

الاختيار الحر: قدرة الفرد على اتخاذ القرار.

النتائج: تحمل تبعات السلوك الرقمي الصادر عنه.

وتشمل المسؤولية الأخلاقية لأطراف الاتصال الرقمي تحديد كيفية إنتاج المعلومات، نشرها، كيفية استخدامها وكيفية حماية الأفراد والمؤسسات.

أطراف الاتصال الرقمي ومسؤولياتهم الأخلاقية

صانع المحتوى الرقمي:

هو الشخص أو الفريق المسؤول عن إنتاج وتحرير ونشر المواد الاتصالية الرقمية التي تمثل صوت المؤسسة وصورتها أمام جمهورها الداخلي والخارجي. ويتنوّع عمله بين: انشاء وإدارة المواقع الالكترونية، انشاء وإدارة صفحات المؤسسة على وسائل التواصل الاجتماعي. إعداد المقالات الرقمية، الفيديوهات، الرسوم البيانية، الحملات الإعلانية، تصميم الرسائل الاتصالية الموجهة للجمهور في أوقات الأزمات أو المناسبات أي أنّ صانع المحتوى هو المترجم العملي لقيم المؤسسة وصورتها في الفضاء الرقمي، ولذلك فإن مسؤوليته الأخلاقية بالغة الأهمية خاصة مع امكانية اعتباره مؤثر اجتماعي يحمل مسؤولية في تشكيل الوعي الجمعي وليس مجرد صانع محتوى. تشمل مسؤولياته:

- **الوعي بالتقنيات والذكاء الاصطناعي:** الاستخدام الإيجابي، اكتشاف التحايل، تجنب التضليل أو التزوير للواقع (مثل الصور المزيفة أو المحتوى المولّد زيفًا/ الإفصاح عند استخدام أدوات توليد المحتوى الآلي/ التحقق من صحة المعلومات الناتجة عن الأدوات الرقمية قبل نشرها.
- **البعد الإبداعي والمسؤولية الجمالية** الحرص على أن يكون الجمال البصري وسيلة للتواصل لا وسيلة للتضليل أو الإثارة المفرطة.
- تجنّب توظيف الصور أو الفيديوهات التي تنتهك الحقوق أو تثير الغرائز.
- الحفاظ على هوية بصرية تتسق مع قيم المؤسسة ورسالتها
- الجمال في التصميم يجب أن يخدم الحقيقة لا أن يُخفيها.
- التحلي بالصدق والمصداقية
- الالتزام بتقديم معلومات صحيحة ومدققة المصدر.
- تجنّب التضليل أو التلاعب بالبيانات من أجل جذب الانتباه.

– الإشارة إلى المصادر الأصلية للمحتوى أو الصور والفيديوهات.

الاحترام والكرامة الإنسانية

– الامتناع عن نشر محتوى يروّج للكراهية أو التمييز أو العنف اللفظي.

– احترام خصوصية الأفراد وزملاء العمل والعملاء.

– تجنّب تصوير أو مشاركة بيانات الأشخاص دون موافقتهم.

– اعتماد خطاب مؤسسي راقٍ يعكس قيم الاحترام والتنوع الثقافي.

– التفكير في الآثار المجتمعية للمحتوى قبل نشره.

– تجنب تضخيم الأزمات أو نشر الخوف بين الجمهور.

– المساهمة في التوعية الرقمية وترسيخ قيم المواطنة والمسؤولية.

– الدفاع عن قضايا الصالح العام بما يتوافق مع رسالة المؤسسة.

– الشفافية والنزاهة وتوضيح ما إذا كان المحتوى ترويجيًا أو إعلانًا ممولًا.

– الإفصاح عن العلاقة بين المؤسسة والمصادر المستخدمة.

– عدم استغلال الثقة التي يمنحها الجمهور لتحقيق مكاسب خفية أو تضليلية.

– تطبيق مبدأ "الحقيقة قبل التسويق."

– الالتزام بالقانون والأنظمة

– احترام القوانين المنظمة لحقوق النشر والبيانات الشخصية.

– تجنّب نشر محتوى ينتهك القوانين الوطنية أو القيم المجتمعية.

– إدراك أن الفضاء الرقمي ليس "فراغًا قانونيًا"، بل تحكمه تشريعات صارمة.

– الموازنة بين حرية التعبير والالتزام المؤسسي.

– الأخلاق الرقمية ليست بديلًا عن القانون، بل امتدادًا له.

مظاهر الإخلال بالمسؤولية الأخلاقية نشر الأخبار الكاذبة أو المضللة.

السرقة الأدبية أو البصرية)انتحال الصور، النصوص، الأفكار.(

التحيّز والتمييز ضد فئات أو جهات معينة.

تضخيم الأزمات أو استغلال المآسي لتحقيق التفاعل.

إساءة استخدام البيانات الشخصية.

نشر محتوى لا يتناسب مع هوية المؤسسة أو رسالتها.

مصمم الويب ومطوري البرمجيات:

أصبحت المواقع الإلكترونية والتطبيقات الرقمية أدوات الاتصال المركزية للمؤسسات، لم يعد دور مصمم الويب والمبرمج مجرد تنفيذ تقني؛ بل أصبح دورًا قيمياً وأخلاقياً يرتبط بحقوق المستخدمين، وشفافية البيانات، وعدالة الوصول إلى المعلومة. فكل قرار تصميمي أو برمجي — من لون الزر، إلى طريقة جمع البيانات — يحمل أثرًا أخلاقيًا على المستخدم والمجتمع ما يفرض عليه التزام مهني وإنساني يحكم عملية تصميم وبناء البرمجيات والمواقع الرقمية، بما يضمن أن تكون: آمنة، عادلة، شفافة، تحترم خصوصية المستخدمين،

وتشمل مسؤولياته الأخلاقية الالتزام ب:

- المصداقية والأصالة تصميم الموقع أو التطبيق يجب أن يعكس حقيقة المؤسسة لا صورة مزيفة عنها.
- تجنب "الخداع البصري" أو التصميم المضلل الذي يوهم المستخدم بشيء غير حقيقي (مثل الأزرار المخفية، أو الرسائل التي تفرض الموافقة دون علم المستخدم.
- ضمان توافق المحتوى الظاهر مع السياسات الفعلية للمؤسسة.
- مسؤولية المبرمج الأساسية هي حماية بيانات المستخدمين من الاختراق أو التسريب.
- تصميم أنظمة تحفظ الحد الأدنى من البيانات المطلوبة فقط (مبدأ تقليل البيانات.(
- تشفير البيانات الحساسة ومنع الوصول غير المصرّح به.
- توضيح سياسات الخصوصية بوضوح داخل واجهة المستخدم.
- الامتناع عن تضمين أدوات تتعقب المستخدم دون موافقته (مثل الكوكيز غير المصرّح بها.(
- الالتزام بكتابة كود برمجي نظيف وآمن، سهل الصيانة والتطوير.
- عدم ترك "أبواب خلفية (Backdoors) "في الأنظمة لأغراض خفية.
- توثيق كل جزء من البرمجية بطريقة تسهّل فهمها لمن يخلفه في العمل.
- الإبلاغ الصادق عن الثغرات الأمنية أو الأخطاء المحتملة.
- ضمان إمكانية الوصول (Accessibility)لجميع الفئات، بما في ذلك ذوو الإعاقة البصرية أو السمعية.
- استخدام ألوان وأحجام خطوط تراعي اختلاف القدرات البصرية.
- تصميم واجهات بسيطة وواضحة تراعي تنوع الأعمار والثقافات.
- تجنّب الرموز أو الصور التي قد تُسيء ثقافيًا أو دينيًا لفئات من الجمهور.
- الحرص على أن يكون الجمال البصري وسيلة للتواصل لا وسيلة للتضليل أو الإثارة المفرطة.
- الإفصاح عن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنشاء الأكواد أو التصاميم.
- تجنّب استخدام نماذج الذكاء الاصطناعي لإنتاج محتوى مُضلِّل أو مزيّف.
- اختبار الخوارزميات ضد التحيّز الخوارزمي .(Algorithmic Bias)
- الالتزام بمبدأ "التحكم البشري" وعدم ترك القرارات الحساسة للأنظمة الآلية دون إشراف.
- احترام حقوق البرمجيات مفتوحة المصدر واستخدامها ضمن تراخيصها الصحيحة.
- تجنّب نسخ أو تعديل برمجيات أو تصاميم دون إذن من أصحابها.
- كل سطر كود له مالك، وكل تصميم له مؤلف — والاعتراف بالحق الأدبي واجب أخلاقي.

المسؤولية الأخلاقية للقائم بالاتصال

القائم بالاتصال في البيئة الرقمية للمؤسسة هو كل شخص أو جهة تمثل المؤسسة رقميًا في مجالات: إدارات الاتصال والعلاقات العامة، فرق التسويق الرقمي وإدارة المنصات، المتحدث الرسمي، صانع المحتوى، مدير الوسائط الاجتماعية، هو من يصوغ الرسالة الاتصالية ويقدّمها باسم المؤسسة للجمهور عبر الوسائط الرقمية.

الصدق والمصداقية

نشر المعلومات الدقيقة والمستندة إلى مصادر موثوقة.

الامتناع عن نشر بيانات غير مؤكدة أو مضخّمة لأغراض تسويقية.
الاعتراف بالأخطاء والاعتذار عنها عند الضرورة.
التمييز بين الرأي الشخصي والموقف الرسمي للمؤسسة.
القائم بالاتصال الأخلاقي يُفضّل فقدان "السبق الرقمي" على فقدان المصداقية.
معاملة جميع الفئات والجماهير باحترام ومساواة.
تقديم المعلومة نفسها للجميع دون تحيّز أو تفضيل فئة على أخرى.

الاحترام والخصوصية

الحفاظ على خصوصية الموظفين والعملاء عند نشر محتوى يخصهم.
عدم استغلال بيانات الجمهور في الحملات الدعائية دون إذن صريح.
احترام القوانين المتعلقة بحماية البيانات (مثل.(GDPR

الشفافية والمسؤولية المعلوماتية

توضيح أهداف الرسالة الاتصالية (هل هي إخبارية؟ تسويقية؟ توعوية؟.(
الكشف عن أي محتوى ممول أو إعلان تجاري.
الرد على الجمهور بشفافية وتوضيح سياسات المؤسسة بوضوح.

الاحترافية وضبط السلوك الرقمي

عدم الانفعال أو الرد العدواني على تعليقات الجمهور.
احترام المنافسين وعدم الإساءة لهم في الحملات الرقمية.
الالتزام بأخلاقيات النشر في أوقات الأزمات (عدم التهويل أو التحريضأو الإنكار
عدم استخدام الحسابات الرسمية لأغراض شخصية أو سياسية.

المسؤولية الثقافية والاجتماعية

مراعاة القيم والعادات المجتمعية في الخطاب الرقمي.
توظيف الاتصال الرقمي لخدمة الصالح العام (حملات التوعية والمسؤولية الاجتماعية.(
مقاومة نشر الكراهية أو التضليل حتى لو جاء من متابعين مؤيدين للمؤسسة.
الأخلاق الاتصالية لا تُقاس بعدد المتابعين، بل بنوع الأثر الذي تتركه الرسالة.

المسؤولية الأخلاقية للجمهور(المستخدم)

المتلقي هو المستخدم في السياق الرقمي هو كل من يتفاعل مع محتوى المؤسسة عبر الوسائط الرقمية (المواقع، وسائل التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني، المنصات التفاعلية.(...لكن في البيئة الرقمية، المتلقي أصبح أيضًا: مشاركًا وناشرًا ومؤثرًا أي أنه قد يُعيد تشكيل الرسالة أو يضيف إليها أو يوجّهها لجماهير جديدة.

التحقق من المعلومات (مبدأ الوعي الرقمي(

التأكد من صدقية الخبر قبل إعادة نشره أو التعليق عليه.
الرجوع إلى المصدر الرسمي للمؤسسة أو القنوات الموثوقة.

مقاومة الإشاعات الرقمية أو الأخبار الزائفة وعدم الانسياق ورائها.
عدم الانسياق وراء نشر ومشاركة الشائعات والأخبار الكاذبة
عدم تشويه سمعة المؤسسة أو الأفراد
الوعي بالتربية الرقمية وبالسلوك الرقمي المهذب
تجنب خطاب الكراهية، الإساءة، التنمر الرقمي
– النقد البناء وليس الهجومي
– الالتزام بروح المسؤولية مقابل الحرية
عدم المساهمة في نشر التضليل ولو عن غير قصد.

الاحترام في التفاعل

استخدام لغة مهذّبة في التعليقات والمناقشات.
الابتعاد عن السخرية أو التشهير أو الخطاب العدائي.
احترام الرأي المختلف دون تجريح.
إدراك أن المنصات المؤسسية ليست فضاءً شخصيًا بل فضاءً عامًا منظمًا.

المسؤولية في إعادة النشر والمشاركة

عدم مشاركة محتوى المؤسسة بطريقة تخرجه من سياقه الأصلي.
احترام حقوق النشر والملكية الفكرية للمؤسسة.
تجنب اقتطاع المقاطع أو الصور بما يغيّر المعنى المقصود.

الالتزام بالقوانين والضوابط الرقمية

الامتناع عن اختراق أنظمة المؤسسة أو التشويش على حملاتها الرقمية.
احترام سياسات الاستخدام المعلنة في المواقع والتطبيقات.
تجنب نشر معلومات سرية أو داخلية حصل عليها المتلقي بحكم عمله أو معرفته.
الوعي بأن حرية الرقمية لا تعني الفوضى الأخلاقية.

المسؤولية الاجتماعية للمتلقي

الإسهام في نشر الوعي والمحتوى الهادف الصادر عن المؤسسة.
التبليغ عن المحتوى المسيء أو المضلل بدل نشره.
التفاعل الإيجابي الذي يعزز من جودة الاتصال المؤسسي.
المتلقي الواعي شريك في بناء الثقافة الرقمية للمجتمع.

المحاضرة(09): تحديات ومعيقات تطبيق الأخلاقيات في مجالات الاتصال الرقمي المؤسساتي

يواجه التطبيق العملي لأخلاقيات الاتصال الرقمي المؤسسي العديد من الاشكالات والمعيقات ترتبط بخصوصية الاتصال والتواصل وتواجد المؤسسات في الفضاء الرقمي نذكر منها:

- فورية سرعة انتشار وتداول المعلومات
- صعوبة التحكم في تداول المعلومات بعد انتشارها
- صعوبة السيطرة على إعادة النشر والمشاركة.
- تعدد المنصات وتنوع الفاعلين يضعف الرقابة المؤسسية.
- حرية التعبير الرقمية غير المحدودة
- صعوبة تحقيق التوازن بين الشفافية وحماية أسرار المؤسسة.
- غياب الحدود الجغرافية والقانونية
- إخفاء الهوية واستخدام الحسابات الوهمية يشجع على السلوكيات غير الأخلاقية دون الخوف من تحمل المسؤولية.
- صعوبة ضبط سلوك المستخدمين
- عدم مواكبة السياسات الأخلاقية للمؤسسات للتحول الرقمي
- ضعف اللوائح التنظيمية الخاصة بالسلوك الرقمي.
- التضارب بين الأهداف الاقتصادية والتجارية للمؤسسة والقيم الأخلاقية خاصة في مجال التسويق والاشهار الرقمي.
- قلة تدريب القائمين بالاتصال وصانعي المحتوى على آليات الالتزام الأخلاقي.
- صعوبة تأمين المعلومات والبيانات الشخصية.
- الذكاء الاصطناعي والتزييف العميق (انتشار تقنياتDeepfake ، صعوبة التحقق من صدقية المحتوى.

غياب تشريعات واضحة في بعض الدول وقصور في القوانين المتعلقة: حماية البيانات، الأمن السيبراني، الجرائم الإلكترونية وضعف آليات التنفيذ بطء الإجراءات القضائية

- اختلاف المنظومات الأخلاقية بين المجتمعات
- ضعف الوعي المجتمعي والمؤسسي بالأخلاقيات الرقمية.

معيقات مرتبطة بالأفراد المتدخلين في العملية الاتصالية

القائم بالاتصال:ضغوط العمل، السعي للسبق الإعلامي، خضوعه لتوجيه إداري قد يتعارض مع الأخلاقيات.

المستخدم: نشر محتوى غير مسؤول، التنمر الرقمي، نشر وتداول الشائعات دون تحقق، التفاعل السلبي.

مصمم الويب والمبرمج: ضعف الالتزام بمعايير الخصوصية، تصميم واجهات مضللة لأغراض تجارية.

التحديات الأخلاقية في بيئة الاتصال الرقمي المؤسسي

تسريب المعلومات وسوء استخدام البيانات.

الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة.

انتهاك الخصوصية الرقمية للموظفين والعملاء.

التحيّز الخوارزمي في أنظمة الاتصال الآلي.
التلاعب بالسمعة الرقمية للمؤسسة عبر حملات تشويه أو تضليل.
ضعف الثقافة الرقمية الأخلاقية لدى العاملين.

آليات تعزيز المسؤولية الأخلاقية في الاتصال الرقمي

- رفع الوعي والكفاءة في الاستخدام الأخلاقي والمسؤول للتكنولوجيا.
- تنمية مهارات حماية البيانات الشخصية والمحتوى
- التدريب على استخدام الأدوات والتقنيات التي تعزّز الأمان الرقمي.
- التعرف على الممارسات الخاطئة في التعامل مع التقنية وسبل الوقاية منها.
- ترسيخ مبادئ الأخلاق الرقمية في سلوكهم المهني.
- وضع ميثاق أخلاقي رقمي مؤسسي يحدد الحقوق والواجبات.
- تدريب الموظفين على السلوك المهني في الفضاء الرقمي.
- تفعيل الرقابة الذاتية والمؤسسية دون المساس بحرية التعبير.
- تعزيز الثقافة الرقمية القائمة على القيم الإنسانية والمهنية.
- استخدام الذكاء الاصطناعي الأخلاقي في إدارة المحتوى.

المحاضرة 10: مصادر ومبادئ الأخلاقيات في الاتصال الرقمي

أولا: المصادر

القوانين والتشريعات واللوائح الحكومية: القواعد القانونية التي تضعها الحكومات لتنظيم استخدام التكنولوجيا والاتصال الرقمي وحماية الحقوق الرقمية للمواطنين، ومكافحة الجرائم الرقمية: مثل الاختراق الإلكتروني، الابتزاز الرقمي، الاحتيال الإلكتروني، والقرصنة وحماية حقوق الملكية الفكرية وأيضا التنظيم الإعلامي الرقمي والقوانين التي تعاقب على نشر المعلومات المضللة والزائفة أو التحريض على الكراهية ، قوانين الخصوصية مثل مثل اللائحة العامة لحماية البيانات **GDPR** في الاتحاد الأوروبي، United Nations Guidelines on the Regulation of Digital Communication ، وقانون حماية الخصوصية في كاليفورنيا (CCPA) قوانين حماية البيانات في عدد من الدول العربية. تلعب دورًا كبيرًا في تشكيل كيفية جمع واستخدام البيانات. هذه القوانين تفرض على الشركات الالتزام بمعايير صارمة لحماية بيانات المستخدمين وتمنح المستهلكين حقوقًا موسعة للوصول إلى بياناتهم وتحكمها.

الأخلاقيات الشخصية: المبادئ الأخلاقية الفردية التي يلتزم بها كل مستخدم أو متخصص في الاتصال الرقمي، وتشمل القيم مثل الصدق، النزاهة، والاحترام. الالتزام بالشفافية عند مشاركة المعلومات...

- تجنب استخدام منصات الاتصال الرقمي لإلحاق الضرر بالآخرين
- احترام الخصوصية والسرية في التعامل مع المعلومات الحساسة
- تجنب الغش والخداع في تسويق السلع والخدمات
- الالتزام بالدقة والصدق في نشر الأخبار والمحتويات.
- احترام حق الجمهور في المعرفة دون تضليل.

– التعامل الأخلاقي مع المنصات الرقمية الرسمية للمؤسسة.

التنظيم الإداري: هو الإطار التنظيمي داخل المؤسسات الذي يضع السياسات والإجراءات الأخلاقية المتعلقة باستخدام الاتصال الرقمي مثل:

– وضع كود أخلاقي داخلي يحدد السلوك المقبول في التواصل الرقمي.

– إنشاء لجان أخلاقيات رقمية لمراقبة الامتثال للمعايير القانونية والأخلاقية.

– وضع إجراءات للتبليغ عن الانتهاكات الرقمية وحماية المبلغين.

– وضع سياسات وقيم رقمية واضحة تنظم السلوك الاتصالي.

– تبني مبدأ الشفافية والمساءلة في نشر المعلومات.

– تشجيع ثقافة الاحترام والمسؤولية الرقمية بين العاملين.

ثقافة المؤسسة: القيم والمبادئ المشتركة داخل المؤسسة والتي تشكل سلوك الموظفين والممارسات الرقمية اليومية. تعزيز ثقافة الشفافية والمساءلة. تشجيع التعاون والابتكار الرقمي مع احترام الحقوق الرقمية. تكريس ممارسات مستدامة ومسؤولة في نشر المعلومات.

أخلاقيات القائد هي المبادئ الأخلاقية التي يجب أن يتحلى بها القائد ومدراء الشركات والمؤسسات في إدارة الاتصال الرقمي داخل المؤسسة، بما يعزز الثقة والمساءلة والمسؤولية، والشفافية والمساءلة في القرارات الرقمية، الحرص على حماية الموظفين والمستخدمين من الممارسات الرقمية الضارة أو غير الأخلاقية، تطبيق السياسات التي تضعها المؤسسة للتعامل مع بيانات العملاء بطريقة تتماشى مع القيم التنظيمية والاجتماعية.

ثانيا: المبادئ:

الاستقلالية: تعني احترام قدرة الأفراد على اتخاذ القرارات بأنفسهم بحرية ودون ضغط أو تلاعب خاصة ما يتعلق باستغلال بياناتهم، وتمكين الأفراد من اختيار نوعية المعلومات التي يتلقونها والموافقة على الاشتراك في الخدمات الرقمية من خلال تقديم خيارات واضحة للمستخدم حول مشاركة بياناته الشخصية والغرض من طلبها ومدة استخدامها.

النزاهة: تعني الصدق والشفافية والالتزام بالمبادئ الأخلاقية دون تحريف أو خداع تطبيقها في الاتصال الرقمي: نشر معلومات صحيحة ودقيقة والتحقق من المصادر قبل مشاركتها. الإفصاح عن أي تضارب مصالح أو مصادر محتوى ممولة. تجنب تضليل الجمهور عبر الأخبار المزيفة أو الحسابات الوهمية.

الشفافية: يجب أن تتمتع الشركات والمؤسسات بالشفافية فيما يتعلق بممارسات جمع البيانات واستخدامها، بالإضافة إلى الخوارزميات التي تستخدمها.

المساءلة: يجب أن تتحمل الشركات والمنظمات المسؤولية عن أي انتهاكات للأخلاقيات الرقمية، ويجب أن تتخذ الخطوات اللازمة لتصحيح أي ضرر ناتج.

الإنسانية: تعني وضع القيم الإنسانية وحقوق الأفراد في قلب الاتصال الرقمي، مع مراعاة التأثير النفسي والاجتماعي للمحتوى الرقمي وذلك بالامتناع عن نشر المحتوى المؤذي أو التمييزي ضد أي فرد أو مجموعة. ودعم المحتوى الذي يعزز التفاهم والتعاون بين الثقافات المختلفة. تقديم وسائل حماية للصغار والمجموعات

الضعيفة من المخاطر الرقمية نشر قيم: الاحترام المتبادل المسؤولية المشتركة الحوار الحضاري النقد البناء وبذلك يصبح الاتصال الرقمي أداة لتعزيز التفاهم الإنساني والتعايش بدل أن يكون ساحة للصراع والتوتر.

الصالح العام: يعني استخدام الاتصال الرقمي لدعم المجتمع ككل، وتحقيق المنافع الجماعية وليس الفردية فقط من خلال توفير معلومات دقيقة وموثوقة للجمهور حول القضايا العامة مثل الصحة، التعليم، والبيئة. دعم المبادرات الرقمية التي تهدف إلى التنمية الاجتماعية والاقتصادية. تجنب نشر المحتوى الذي يضر بالمجتمع أو يثير الانقسام.

العدالة والإنصاف يقصد بها ضمان الوصول العادل إلى الخدمات والمنصات الرقمية واتاحة لكل المجتمعات ولكل الفئات ويجب أن تصمم المنصات الرقمية لتكون: سهلة الاستخدام. متاحة لأكبر عدد ممكن من الفئات وعدم اقصاء أي فئة تقنيًا أو ثقافيًا وتقليص الفجوة الرقمية ومحاربة التمييز والتحيز الخوارزمي.

المحاضرة 11: التنظيم الدولي للحقوق الاتصالية الرقمية

أولاً: مفهوم الحقوق الاتصالية الرقمية:

هي مجموعة من الحقوق التي تضمن للفرد القدرة على الوصول إلى المعلومات والاتصال عبر الوسائط الرقمية بحرية وأمان، دون تمييز أو رقابة غير مبررة، وتشمل:

حرية التعبير الرقمي :الحق في التعبير عن الرأي ونشر المعلومات على الإنترنت ومنصات التواصل الرقمي.

الحق في الوصول إلى المعلومات الرقمية :تمكين الأفراد من الوصول إلى المعرفة والمعلومات عبر وسائل الاتصال الرقمية.

الخصوصية وحماية البيانات الشخصية :ضمان سرية البيانات وحمايتها من التجسس أو الاستخدام غير المشروع. تعتبر حقًا أساسيًا يجب حمايته، فهي تمكن الأفراد من السيطرة على معلوماتهم الشخصية وتحميهم من الاستغلال الاقتصادي أو الابتزاز الرقمي

الحق في الأمان الرقمي :حماية الأفراد من الجرائم الرقمية والهجمات الإلكترونية.

الحق في عدم التمييز الرقمي :منع الحجب الرقمي أو التمييز في الوصول إلى الخدمات الرقمية.

الحق في النسيان الرقمي هو حق الأفراد في طلب حذف أو إزالة بياناتهم الشخصية أو المعلومات المتعلقة بهم من الإنترنت، بحيث لا يمكن الوصول إليها أو استخدامها من قبل الغير، خصوصًا عندما تصبح هذه البيانات قديمة، غير دقيقة، أو لم تعد ضرورية للأغراض التي جُمعت من أجلها.

يعكس هذا الحق توازنًا بين حرية التعبير والوصول إلى المعلومات وبين حق الفرد في الخصوصية وحماية سمعته في البيئة الرقمية. أهمية الحق في النسيان الرقمي حماية سمعة الأفراد من المعلومات القديمة أو غير الدقيقة. تعزيز الثقة في الخدمات الرقمية وحماية حقوق المستخدمين. المساهمة في الأمن النفسي والاجتماعي للأفراد في البيئة الرقمية.

وشمل التنظيم الدولي مجموعة من المعاهدات، الاتفاقيات، والإرشادات التي تنظم حقوق الأفراد الرقمية:

المواثيق والمعاهدات الدولية

الإعلان العالمي لحقوق الإنسان (1948 :(يضمن حرية التعبير والمعلومات.

العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية (1966 :(يعزز حقوق التعبير والوصول إلى المعلومات.

المنظمات الدولية الفاعلة

الاتحاد الدولي للاتصالات :(ITU) يشرف على معايير البنية التحتية الرقمية وحماية البيانات.

منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة :(UNESCO) تدعم حرية التعبير الرقمي وتطوير السياسات الإعلامية.

إجراءات وآليات حماية الحقوق الرقمية

إرشادات حماية البيانات والخصوصية – GDPR) الاتحاد الأوروبي كنموذج.(

مبادرات لمكافحة الرقابة غير المبررة على الإنترنت.

سياسات منصات التواصل الكبرى ودعم الشفافية والمساءلة في المنصات الرقمية.

التحديات التي تواجه الحقوق الاتصالية الرقمية

التفاوت بين الدول في التشريعات الرقمية :تختلف قدرة الدول على حماية الحقوق الرقمية حسب تطورها التكنولوجي والقانوني.

الرقابة والتجسس الرقمي :بعض الدول تستخدم التكنولوجيا لمراقبة المواطنين وقمع حرية التعبير.

الجرائم الإلكترونية والتهديدات الرقمية :مثل القرصنة وسرقة البيانات وانتهاك الخصوصية.

غياب المعايير الدولية الموحدة :رغم الجهود الدولية، لا يوجد اتفاق عالمي شامل ينظم كل جوانب الحقوق الرقمية.

تحديات الذكاء الاصطناعي والخوارزميات :التمييز الرقمي والمراقبة عبر الذكاء الاصطناعي يهدد الحقوق الاتصالية.

المحاضرة 12: الانتهاكات في الاتصال الرقمي

المحاضرة (12): انتهاكات في الاتصال الرقمي(في مجال الملكية الفكرية في الخصوصية في الاستخدام غير المشروع للمعلومات الدخول غير المرخص طبع البيانات والمعلومات

مفهوم الانتهاكات في الاتصال الرقمي: هو أي استخدام أو تعامل مع الموارد الرقمية (مثل البيانات، المعلومات، البرامج) بطريقة غير قانونية أو غير مصرح بها، وتؤدي إلى فقدان الثقة في الفضاء الرقمي والتسبب في خسائر للشركات والأفراد بسبب سرقة الملكية الفكرية والمعلومات التجارية والمالية...

الانتهاكات المتعلقة بالملكية الفكرية الرقمية الملكية الفكرية تشمل الحقوق القانونية التي تمنح للمبتكرين والمبدعين حماية إنتاجهم الفكري، سواء كان برمجيات، محتوى رقمي، تصاميم، موسيقى أو نصوص.

أشكال الانتهاك

القرصنة الرقمية :استخدام برامج أو محتوى محمي بحقوق النشر بدون ترخيص.

الاستنساخ غير القانوني :نسخ الكتب الرقمية، المقالات، الصور، الفيديوهات.

انتحال الأعمال الرقمية :تقديم عمل رقمي لشخص آخر على أنه أصلي أو ملكه.
نسخ المحتوى دون إذن، استخدام الصور والفيديوهات المحمية
إعادة نشر أعمال الغير دون ذكر المصدر
سرقة الأفكار والمحتوى الإبداعي
أمثلة عملية
تحميل ألعاب أو برامج مدفوعة بشكل مجاني من الإنترنت.
نشر مقالات أو كتب إلكترونية دون إذن المؤلف.
استخدام تصميمات جرافيكية لشركات دون ترخيص.

انتهاكات الخصوصية الرقمية الخصوصية الرقمية تعني حماية البيانات الشخصية والمعلومات الحساسة للأفراد من الوصول أو الاستخدام غير المصرح به.

أشكال الانتهاك

التجسس الإلكتروني :استخدام برامج للتجسس على المستخدمين ومراقبة نشاطهم.
اختراق البريد الإلكتروني أو حسابات وسائل التواصل الاجتماعي.
جمع البيانات دون إذن: تطبيقات تجمع بيانات الموقع أو الصوت أو الصور دون موافقة المستخدم.
المراقبة الرقمية: استخدام الذكاء الاصطناعي أو الكاميرات أو خوارزميات السلوك لمتابعة الأفراد أو تصنيفهم.
الملفات التعريفية: بناء ملفات سلوكية لتوجيه الإعلانات أو القرارات دون علم الشخص.
تسريب أو بيع البيانات: استخدام قواعد البيانات لأغراض تجارية أو سياسية غير معلنة.
الموافقة الشكلية: إخفاء الشروط الحقيقية في سياسات طويلة لا يقرأها المستخدمون.

<u>الاستخدام غير المشروع للمعلومات</u> هو استخدام المعلومات الرقمية لأغراض شخصية أو تجارية بدون حق قانوني أو إذن من صاحبها.

أشكال الانتهاك

استغلال البيانات التجارية :بيع أو استخدام قاعدة بيانات بدون ترخيص.
الابتزاز الرقمي :استخدام المعلومات الحساسة لإجبار الأشخاص على القيام بشيء ما.
التزييف الرقمي :تعديل المعلومات الرقمية ونسبتها لشخص أو جهة أخرى.

الدخول غير المرخص الوصول إلى أنظمة أو شبكات رقمية بدون إذن قانوني أو أمني.

أشكال الانتهاك

الاختراق الإلكتروني :(Hacking) استخدام طرق تقنية للوصول إلى الأنظمة المحمية.
الهجمات البرمجية :مثل الفيروسات والديدان والبرمجيات الخبيثة.
الولوج إلى قواعد البيانات :للحصول على معلومات سرية أو بيانات شخصية.
دخول حسابات مصرفية أو بريدية دون تصريح
اختراق المواقع الإلكترونية للشركات

طبع البيانات والمعلومات دون ترخيص: نسخ أو توزيع البيانات الرقمية المحمية بحقوق النشر دون إذن صاحبها.

أشكال الانتهاك

نسخ قواعد بيانات المؤسسات.

طبع الكتب الإلكترونية أو الأبحاث ونشرها دون موافقة المؤلف.

إعادة توزيع البرامج المدفوعة مجانًا.

تنزيل كتب رقمية من مواقع مشاركة الملفات بدون إذن

توزيع برامج حاسوبية بشكل غير قانوني.

المحاضرة 13: استشراف مستقبل الأخلاقيات الرقمية

يفرض التواجد الفردي والمجتمعي المعاصر في العوالم الرقمية والافتراضية والتحديات والاشكالات الأخلاقية التي يطرحها هذا التواجد والتواصل في مواقع التواصل الاجتماعي وعوالم الواقع الافتراضي والمعزز والممتد وما تنبئ به تكنولوجيا الحياة الافتراضية الموازية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي ضرورة دراسة وفهم المخاطر التي تهدد المنظومة القيمية والأخلاقية في العالم الافتراضي واستشراف مستقبلها رغم كل فرص ومظاهر التطور التقني والتكنولوجي الذي انعكس على تقدم تطور الشق الحضاري المادي للمجتمعات مقابل التراجع الأخلاقي والقيمي. ويمكن ذلك من خلال فهم وإدراك التحديات وضع خطط واستراتيجيات متعددة الأبعاد.

أولا: التحديات الأخلاقية في العالم الافتراضي

الهوية والخصوصية الرقمية: في العالم الافتراضي يمكن للأفراد خلق هويات متعددة، ما يثير تساؤلات حول المسؤولية الأخلاقية لحماية الهوية الحقيقية ومنع التزوير وسوء الاستخدام. كما تتعرض بيانات المستخدمين للتهديد بسبب سلوكيات مثل جمع البيانات دون موافقة صريحة

نشر المعلومات والمصداقية: تنتشر المعلومات بسرعة هائلة في الفضاء الرقمي، مما يؤدي إلى مشكلات تتعلق بالتحقق من مصداقيتها والتعامل مع الأخبار الزائفة.

التحديات في الميتافيرس والبيئات الافتراضية الغامرة: ميزت الدراسات الحديثة أن البيئات الافتراضية مثل الميتافيرس تمثل تحديًا جديدًا أخلاقيًا، إذ تثير أسئلة حول سلوك المستخدمين، الخصوصية، حقوق الملكية، وتفاعل الثقافات داخل فضاءات افتراضية تعمل خارج الأطر التقليدية.

أصبح الذكاء الاصطناعي اليوم عنصرًا مركزيًا في الاتصال الرقمي، إلا أن استخدامه يثير إشكالات أخلاقية معقدة، أهمها:

انتشار المحتوى المزيف.(Deepfake)

- الخوارزميات المنحازة التي قد تؤثر على الرأي العام.
- صعوبة التحقق من مصداقية المحتوى.
- ضعف الوعي المجتمعي بالأخلاقيات الرقمية وخاصة لدى الأجيال الشابة.
- تسارع التطور التقني الذي يفوق قدرة القوانين على التنظيم.

– تضارب القيم بين الثقافات في العالم الرقمي المفتوح.

– الفجوة الرقمية التي تخلق تفاوتًا في فرص الوصول والمعرفة

– الرقمنة المستمرة تحمل معها تحديات جديدة تتطلب منا جميعًا أن نكون أكثر وعيًا ومسؤولية تجاه القضايا الأخلاقية التي ترتبط بكل جانب من جوانب استخدام التكنولوجيا.

ثانيا: الاستراتيجيات

– ضرورة تبني منهج أخلاقي جديد يتناسب مع التحولات المفاهيمية والتقنية في العالم الرقمي.

– حوكمة صارمة لحماية الخصوصية والحقوق الرقمية.

– الأخلاقيات الرقمية هنا لا تقتصر فقط على سلامة المحتوى، بل تشمل أيضًا مسؤولية المرسل والمستقبل تجاه المحتوى المنشور.

– يجب على المؤسسات خاصة وقت الأزمات التواصل بشكل أخلاقي وشفاف، تؤكد على أهمية الشفافية والاحترام المتبادل مع الجمهور.

– تطوير نظريات أخلاقية تأخذ بعين الاعتبار الواقع الرقمي الجديد وتحقق التوازن بين التقدم التكنولوجي وحقوق الإنسان.

– تعزيز الوعي بالأخلاقيات الرقمية يمكن أن يبدأ من التعليم وصولاً إلى السياسات العامة.

– يمكن للمنظمات والحكومات تطوير إرشادات وقوانين تضمن التزام الشركات والأفراد بالمعايير الأخلاقية عند التعامل مع البيانات واستخدام التكنولوجيا وتضبط تفاعل الأفراد والمؤسسات في العالم الرقمي.

– العالم الرقمي يفتح أفقًا واسعًا من الإمكانيات للتحسين والابتكار في مختلف المجالات من الطب إلى التعليم والتجارة. ومع ذلك، يتطلب هذا العالم الجديد منا أن نطور فهمًا معمقًا للأخلاقيات التي تنظم استخدام هذه التقنيات لضمان أن تكون التغييرات التي نحدثها مستدامة وإيجابية.

– من الضروري أن تعمل الحكومات والمنظمات على تطوير سياسات وقوانين محلية تحافظ على الحقوق الأساسية للأفراد إلى جانب التعاون الدولي في هذا المجال، بحيث يمكن إيجاد معايير عالمية للأخلاقيات الرقمية تتوافق مع السرعة المذهلة للتطور التقني.

– الوعي بالمسؤولية الفردية والشخصية للاتصال الأخلاقي في الفضاء الرقمي.

– تطوير قوانين الخصوصية والأمن السيبراني يلعب دورًا حاسمًا في حماية الخصوصية من خلال تأمين الشبكات، الأنظمة، والبيانات من الهجمات الإلكترونية. يشمل ذلك استخدام التشفير، فحص النظام بانتظام، وتعزيز وعي المستخدمين بأفضل الممارسات. اصبح واجبا على القادة والمديرين في جميع المؤسسات إعطاء الأولوية لإجراءات الأمن السيبراني القوية لحماية بيانات المنظمة والعملاء.

– تطوير أدوات كشف التزييف.

– وضع معايير أخلاقية لتدريب الخوارزميات.

– تعزيز تقنيات التحقق الرقمي من الهوية والمصدر.

– استشراف مستقبل أخلاقيات الاتصال الرقمي

– استخدام برامج الحماية والتشفير.

– اعتماد سياسات صارمة لإدارة البيانات الشخصية.

في ظل هذا الواقع، تقترح الدراسات الحديثة ثلاثة اتجاهات فلسفية لتأصيل الأخلاق في البيئة الرقمية وضبط الحرية بالمسؤولية، توجيه الابتكار نحو الخير العام، واستعادة البعد الإنساني في عالم تحكمه البيانات والخوارزميات:

الإنسانوية الرقمية ترى أن التكنولوجيا يجب أن تُخدم الإنسان لا أن تهيمن عليه.

العدالة الخوارزمية ضرورة تطوير خوارزميات شفافة ومنصفة لا تميّز على أساس العرق أو الجنس أو الثقافة. عن طريق تحسين جودة البيانات المستخدمة في تدريب الأنظمة الذكية، تطوير خوارزميات شفافة ومراقبة أدائها بانتظام لضمان عدم تمييزها ضد مجموعات معينة.

المواطنة الرقمية: مفهوم قيمي يربط بين الحقوق والواجبات في الفضاء الرقمي، ويجعل من كل مستخدم مواطنًا مسؤولًا.