



مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية وتحليل النصوص
LABORATORY OF MEDIA AND COMMUNICATION STUDIES



جامعة عبد الرحمن عزي للتطوير الإعلامي الحضري



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية

كرسي عبد الرحمن عزي للتطوير الإعلامي

المؤتمر الدولي التاسع

ايام 16/15 فيفري . 2023.

المؤتمر الدولي التاسع

Individual privacy and multimedia: an ethical and legal view

الخصوصية الفردية والوسائط المتعددة: نظرة أخلاقية وقانونية

الاشكالية:

مست ثورة الإنفوميديا والوسائط المتعددة مجالات الأعمال ومختلف الصناعات الكبرى في حياتنا العادية، لقد أثرت فينا جميعا على تلقينا للمعلومة وعلى أوقات فراغنا وعلى تسلية أبنائها، على كل أساليب العيش والمعاملات الاجتماعية، على ثقافتنا وتفكيرنا، بذلك هي تتحدانا كي نعيد النظر في قيمنا الأخلاقية على كلا من المستوى الشخصي والقومي.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي Social Network و تطبيقات الويب (2.0) والفضاء الافتراضي Virtual Space الحيز الذي يشهد ضرباً متعددة من إساءة استخدام الأنظمة المعلوماتية، واستغلالها على نحو غير مشروع وبصورة تضر بمصالح الأفراد والجماعات، في ظل ديناميكيات الاتصال المتاحة

كجهولية الهوية Anonym وإمكانية التخفي وعدم ظهور الهوية الحقيقية وضعف عوامل الرقابة والمتابعة، ما أدى إلى ظهور أنماط مستحدثة من الاختراق وانتهاك الخصوصية والاعتداء الرمزي على المستخدمين وكذا التهديدات السوسيو ثقافية التي تستهدف صلب النسق الهوياتي للمجتمع وتمزق نسيجه العلائقي. هذا المظهر السلبي سبب في تناسل السلوك الإجرامي وعدم الامتثال للإيتيقيات والقواعد الأخلاقية Ethical Norms التي تحكم العالم الواقعي.

ولا يتوقف الأثر السلبي إلى هذا الحد، بل يمتد ليشمل حقوق الإنسان Human Rights وحرياته الأساسية، ومن أهم هذه الحقوق التي تعرضت للانتهاك الإلكتروني في مجال تكنولوجيا المعلومات هو الحق في الخصوصية Right to Privacy أو الحق في الحياة الخاصة

وفي وقت ركزت فيه الدراسات والأدبيات الإعلامية في بداياتها على دراسة تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور بالانطلاق من إشكالية: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ (What do media do to people)، تتزايد الأهمية في الوقت الراهن بمجال براديغم التلقي وكثافة الدراسات حول جمهور وسائل الإعلام مباشرة بعد إعادة الاعتبار للجمهور كحلقة ايجابية Positive Audience فاعلة تختار وتحدد ما تستقبله من مضامين، هذا ما حوّل الإشكالية إلى: ما تفعله الجماهير بالوسيلة؟ (What do people do with media?)، وهو ما أنتج نمط إعلامي جديد قائم على صحافة المواطن وإمكانية إنتاج المحتوى producing content من طرف المتلقي، كما ساهم هذا الاعتبار في خلق أطر معرفية، وأدوات بحثية، ومقاربات نظرية جديدة تتماشى وطبيعة الوسيلة الإعلامية وجمهورها، أخذت منحاً كفيلاً في التعرف على أبعاد وخلفيات الظاهرة الإعلامية والاتصالية وربطها بمجالات متعددة، كالدراسات النوعية Qualitative Research مثل اثنوغرافيا المجتمعات الافتراضية، انثروبولوجيا الاتصال والسياقات، رصد المحتوى الرقمي Digital Content ، ناثنوغرافيا الثقافات الإلكترونية Electronic Netnography ...

المحاور:

- أشكال التفاعل وإنتاج المحتوى في وسائل الإعلام والوسائط المتعددة
- التجاوزات الإلكترونية والوسائط المتعددة (النصب والاحتيال، انتهاك حقوق الملكية الفكرية، التعدي على الخصوصية الفردية، القرصنة الإلكترونية ونشر الفيروسات، انتحال الشخصية، التتمر، السب والقذف..)
- التشريعات الإعلامية في المجتمعات الافتراضية من منظور أخلاقي قيمي

- إعادة النظر في العمل الإعلامي وتدريب الفاعلين في المجال مهنيا وأخلاقيا
- المستخدم الرقمي والوسائط المتعددة بين التشريع القانوني والنظام الأخلاقي
- إشكالية المقاربات والمناهج البحثية في الاعلام الجديد والوسائط المتعددة

Problem:

The info-media and multimedia revolution touched the fields of business and various major industries in our normal lives, affecting our reception of information, culture, leisure and entertainment, and all ways of living, thus it challenges us to reconsider ethical values

Social networking sites, web applications (2.0) and virtual space are considered as an area in which information systems are misused, and harmful to the interests of individuals and groups, due to anonymous identities, and being hiding behind a computer screen with the total absence of surveillance, which led to the emergence of hacking, violation of human rights, privacy invasion, criminal behavior and non-compliance with the ethics that ideally governs the real world.

At a time when media studies initially focused on studying the effects of the media on the public, starting from a problematic: What do the media do to the audience? However, after re-accepting the audience as a positive and effective actor that intentionally chooses and determines the contents it receives. This is what transformed the problematic into: What does the audience do with the medium? Which produced a new media style based on citizen journalism and the ability to produce content by the recipient, This consideration also contributed to the creation of knowledge frameworks, research tools, and new theoretical approaches in line with the nature of the media medium and its audience, which took qualitative grants in identifying the dimensions and

backgrounds of the media and communication phenomenon and linking them to multiple fields, such as qualitative studies (ethnography of virtual communities, anthropology of communication and contexts, monitoring of digital content , Netnography of electronic cultures...

Axes:

- Forms of interaction and content production in mass media and multimedia.
- Electronic and multimedia abuses (fraud, infringement of intellectual property rights, violation of individual privacy, electronic piracy and spreading of viruses, impersonation, bullying, slander and slander..)
- Media legislation in virtual societies from a moral and ethical perspective
- Reconsidering media work and training actors in the field professionally and ethically
- The digital and multimedia user between legal legislation and the ethical system
- The problem of approaches and research methods in new media and multimedia spheres

شروط المشاركة

- أن يرتبط البحث بأحد محاور الملتقى وموضوعاته.
- أن يكتب البحث وتعرض قضايا ومشكلاته وفقا لمعايير المنهج البحثي المتبع في كتابة البحوث العلمية.
- البحوث والمواد المقدمة للنشر يجب ألا يكون قد سبق نشرها، أو قدمت في ملتقيات أو فعاليات سابقة أو -
مقدمة للنشر في جهة أخرى، وإذا قبلت للنشر في هذا الملتقى فإنه لا يسمح بنشرها بالشكل نفسه
- يتعهد الباحث بعدم نشر البحث أو أنه مقدم للنشر في وعاء آخر أو في أي جهة أخرى-
- ألا تتجاوز عدد صفحات البحث عن 30 صفحة بما فيها صفحات المراجع.
- يتم إرسال البحث إلكترونيا ويتم التعامل معه في كافة مراحل من خلال البريد الإلكتروني.
- يقدم الباحث سيرته الذاتية مرفق معها صورة شخصية حديثة تلتصق في الركن الأيسر العلوي من السيرة -
بنط 14 بمسافة واحد ونصف بين SimplifiedArabic الذاتية بملف وورد في صفحة واحدة فقط بخط
الأسطر.

. المشاركة فردية .
توجه الدعوة لحضور الملتقى إلى جميع الباحثين المقبولة أبحاثهم-
تتحمل الجامعة كل تكاليف الإقامة والإطعام طوال أيام الملتقى .-

.ما عدا تذاكر السفر التي تكون على حساب المشاركين
للاستفسار عن أية معلومات أخرى عن الملتقى وكيفية المشاركة فيه بالبحوث والحضور يمكن الاتصال -

mostecolcom@gmail.com

تواريخ مهمة لإجراءات البحوث-

آخر موعد لاستقبال ملخصات البحوث 20 ديسمبر 2022

آخر موعد للرد على الباحثين عن نتيجة التحكيم للمشاركة في الملتقى 20 جانفي 2022

آخر موعد لتسليم البحوث 30 فيفري 2023

:هيئة الملتقى-

الرئيس الشرفي للملتقى : أ.د. يعقوبي بلعباس رئيس الجامعة

رئيس الملتقى د . رمضان بوثلجة عميد الكلية

منسق الملتقى: ا.د. العربي بوعمامة رئيس قسم الإعلام والاتصال جامعة مستغانم

رئيس اللجنة العلمية للملتقى ا.د. عزي عبد الرحمن جامعة الشارقة