



جامعة البصرة

كلية الآداب

قسم المعلومات وتقنيات المعرفة

مادة: المدخل الى علم المعلومات والمكتبات

استاذ المادة : م. طارق طه عبود الملا

المرحلة : الاولى

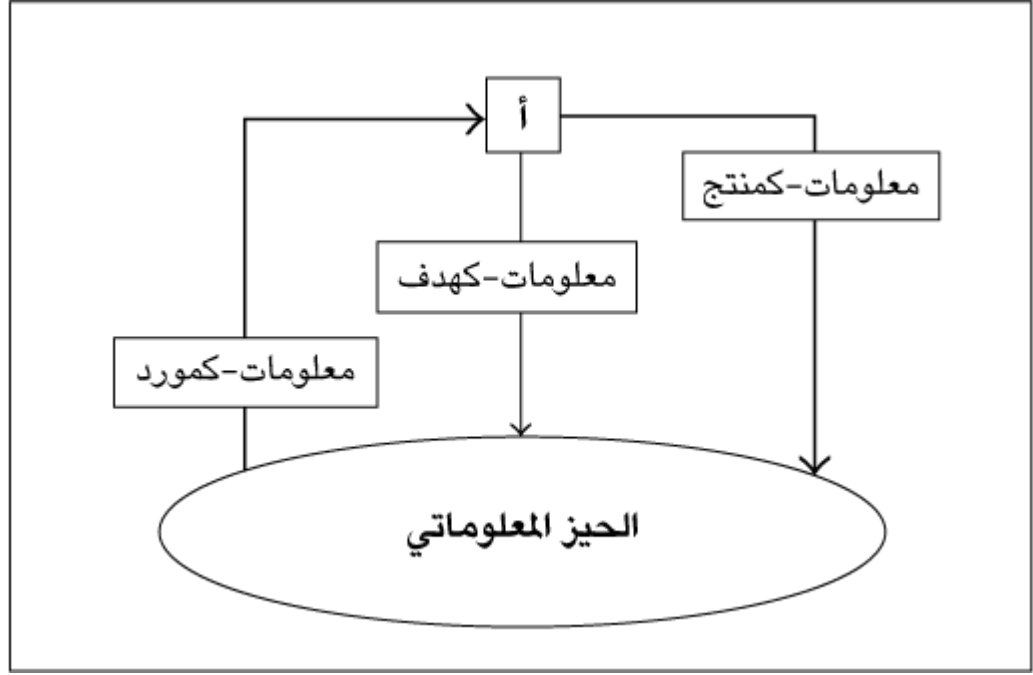
المحاضرة السادسة عشر: المحاضرة الرابعة عشر: اخلاقيات المعلومات

أخلاقيات المعلومات

توشك رحلتنا عبر المفاهيم المتنوعة للمعلومات أن تكتمل. بدأنا بالنظر في ثورة التحولات المهمة التي جلبتها. المعلومات، وسنرى الآن بعض تداعياتها الأخلاقية تكنولوجيات المعلومات والاتصالات إلى حياتنا.

تعتبر الحياة الأخلاقية لعبة كثيفة المعلومات؛ لذا تفضي أي تكنولوجيا تغيّر «حياة المعلومات» بصورة جذرية إلى آثار أخلاقية عميقة على أي لاعب أخلاقي. تذكر أننا نتحدث عن ثورة وجودية، ليس فقط تغييراً في تكنولوجيا الاتصالات. لا تضيف تكنولوجيات المعلومات والاتصال — من خلال تغيير السياق الذي تبرز فيه الموضوعات الأخلاقية تغييراً جذرياً — أبعاداً جديدة شائقة إلى المشكلات القديمة، بل تؤدي بنا إلى إعادة التفكير — منهجياً — في الأسس نفسها التي تقوم عليها. موافقنا الأخلاقية. لنر كيف يحدث ذلك

(١) أخلاقيات المعلومات بصفقتها أخلاقيات بيئية جديدة



شكل يوضح نموذج المورد-المنتج-الهدف «الخارجي».

تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الحياة الأخلاقية للعامل الفاعل بطرق متعددة. للتبسيط، يمكن تنظيم تكنولوجيا المعلومات والاتصال تخطيطياً وفق ثلاثة مسارات على النحو التالي: هب أن الفاعل الأخلاقي «أ» حريص على مواصلة ما يعتبره أفضل مساراته، بالنظر إلى حالته. سنفرض أن تقييمات الفاعل «أ» وتفاعلاته تحظى بقيمة أخلاقية «ما»، وإن لم تكن ثمة حاجة إلى تحديد قيمة محددة في هذه المرحلة. بداهةً، قد يستفيد «أ» ببعض المعلومات لنفسه (المعلومات بصفقتها «موردًا») لتوليد بعض المعلومات الأخرى (المعلومات بصفقتها «منتجًا») ويعمل ذلك، تتأثر بيئته المعلوماتية (المعلومات بصفقتها «هدفًا»). في توجيهنا بعض الشيء

في الموضوعات المتعددة التي تنتمي إلى مجال أخلاقيات المعلومات. سأشير إلى هذا النموذج باسم نموذج المورد-المنتج-الهدف.

يفيد نموذج المورد-المنتج-الهدف في تصحيح التركيز الزائد في بعض الأحيان على بعض التكنولوجيات بعينها (يحدث هذا بصورة ملحوظة في مجال أخلاقيات «الكمبيوتر»)، من خلال تسليط الضوء على الظاهرة الأكثر جوهرية للمعلومات في جميع تنويعاتها وتاريخها الطويل. كان ذلك أيضاً هو موقف وينر، وتتعلق الصعوبات الكثيرة التي يجري مواجهتها في الأسس المفهومية لأخلاقيات الكمبيوتر بعدم الاعتراف بَعْدُ بأخلاقيات الكمبيوتر باعتبارها أخلاقيات بيئية في المقام الأول، ومجال اهتمامها الرئيسي يجب أن يكون الإدارة البيئية وسلامة الحيز المعلوماتي. منذ ظهور الأعمال الأولى في ثمانينيات القرن العشرين، كانت أخلاقيات المعلومات تدور حول دراسة الموضوعات الأخلاقية المنبثقة عن أحد «أسهم المعلومات» الثلاثة المختلفة في نموذج المورد-المنتج-الهدف.

(٢) أخلاقيات المعلومات بصفتها مورداً

دعنا نتدبر أولاً الدور المحوري الذي تلعبه المعلومات كمورد بالنسبة إلى عمليات التقييم الأخلاقية التي يقوم بها «أ» وأفعاله. تتضمن عمليات التقييم والأعمال الأخلاقية مكوناً معرفياً؛ إذ ربما يُتوقع أن يسعى «أ» إلى مواصلة التصرف وفقاً «لأفضل ما لديه من معلومات»، بمعنى تحقيق أفضل استفادة من أي معلومات يستطيع جمعها من أجل بلوغ نتائج (أفضل) حول ما يمكن وما يجب أن يجري في بعض الظروف. دفع سقراط بأن الفاعل الأخلاقي حريص بالسليقة على اكتساب

أكبر قدر ممكن من المعلومات كلما تطّبت الظروف ذلك، وأن الفاعل المُطَّلَع سيفعل الأمر الصائب على الأرجح. تحلّل «العقلانية الأخلاقية» الشر والسلوك الخاطئ أخلاقياً باعتبارهما نتاج معلومات معيبة. في المقابل، تنحو «المسئولية» الأخلاقية إلى أن تتناسب طردياً مع درجة المعلومات المتوافرة لدى «أ»، حيث يقابل أي انخفاض في المعلومات عادةً لدى «أ» انخفاض في المسئولية الأخلاقية لديه. هذا هو المعنى الذي تدخل وفقه المعلومات في عباءة الدليل القضائي، وهو أيضاً المعنى الذي يجري الحديث فيه عمّا يقوم به «أ» من اتخاذ القرار القائم على المعلومات، أو الموافقة القائمة على المعلومات، أو المشاركة القائمة على المعلومات. في الأخلاقيات المسيحية — على سبيل المثال — حتى أسوأ الخطايا يمكن غفرانها في ضوء نقص المعلومات لدى المذنب، وبما أنه من الممكن أن نتخيل تقييماً للموقف معاكساً للواقع إذا قلنا إنه في حال إبلاغ «أ» بالمعلومات كما يجب، كان «أ» سيتصرف بصورة مختلفة؛ ومن ثمّ لم يكن ليرتكب الخطيئة (في سياق علماني، يذكرنا أوديب وماكبث كيف قد تؤدي عملية سوء إدارة الموارد المعلوماتية إلى نتائج مأساوية.

من منظور «الموارد»، يبدو أن الماكينة الأخلاقية تحتاج إلى معلومات — بل الكثير منها — حتى تعمل كما يجب. غير أنه حتى ضمن الإطار المحدود الذي يتبناه تحليل يعتمد فقط على المعلومات كمورد، وهو ما يمثل مجرد رؤية دلالية للحيز المعلوماتي، يجب توخي الحذر؛ تحسباً للخطاب الأخلاقي إلى الفروق الدقيقة التي تخص الكم الكبير أو الجودة العالية أو المفهومية للموارد المعلوماتية. لا تعتبر قاعدة كلما كانت المعلومات أكثر كان ذلك أفضل القاعدة العامة الوحيدة أو الفضلى؛

إذ قد يصنع السحب (الظاهر والواحي في بعض الأحيان) للمعلومات فرقًا كبيرًا. ربما يحتاج «أ» إلى غياب (أو منع نفسه من الاطلاع على) بعض المعلومات بغرض تحقيق غايات مرغوبة أخلاقيًا، مثل: حماية سرية الأشخاص، أو ترسيخ المعاملة العادلة، أو إجراء تقييم موضوعي. وطبقًا لجون راولز صاحب مفهوم «حجاب الجهل» يستغل هذا المفهوم على نحو معروف هذا الملمح للمعلومات بصفتها موردًا، من أجل وضع منهج موضوعي للعدل في إطار العدالة. ليست مسألة الاطلاع أمرًا محمودًا دائمًا، بل ربما تكون خطأً أو خطرًا من الناحية الأخلاقية.

وسواء أكان الوجود (الكمي والكيفي) أو الغياب (الكامل) للمعلومات بصفتها موردًا محلًا للسؤال، ثمة سبب وجيه للغاية في أن توصف أخلاقيات المعلومات بأنها دراسة الموضوعات الأخلاقية الناشئة عن كلٍّ من إتاحة الموارد المعلوماتية، وإمكانية الوصول إليها، ودقتها، وذلك بصرف النظر عن شكل هذه الموارد، ونوعها، ودعمها المادي. ممَّا نعهده من الأمثلة على الموضوعات في أخلاقيات المعلومات كمورد ما يُطلق عليه اسم «الفجوة الرقمية»، ومشكلة «التخمة المعلوماتية»، وتحليل الاعتمادية والوثوقية في مصادر المعلومات.