

فناوری

هوش مصنوعی نانو حاملی شبیه به ویروس طراحی کرد

با تقلید از ساختار ویروس ها، پژوهشگران نانوحامل هایی طراحی کردند که می تواند در ژن درمانی مورد استفاده قرار گیرد. محققان با استفاده از هوش مصنوعی (AI) و با تقلید از ساختارهای پیچیده ویروس ها، پلنفرم درمانی نوآورانه ای ایجاد کرده اند. تحقیقات پیشگامانه آن هادر مجله Nature منتشر شده است.

ویروس ها به طور منحصربه فردی برای محصور کردن مواد ژنتیکی در پوسته های پروتئینی کروی طراحی شده اند و آن ها را قادر می سازند تا تکثیر شوند و به سلول های میزبان حمله کنند و اغلب باعث بیماری می شوند. محققان با الهام از این ساختارهای پیچیده، پروتئین های مصنوعی مدل سازی شده از روی ویروس ها را بررسی کرده اند.

این «نانوقفس ها» رفتار ویروسی را تقلید می کنند و به طور مؤثر مواد ژن درمانی را به سلول های هدف می رسانند. با این حال، نانوقفس های موجود با چالش های مهمی روبرو هستند. اندازه کوچک آن ها مقدار مواد ژنتیکی را که می توانند حمل کنند، محدود می کند، و طرح های ساده امکان انجام چند کار را، مشابه پروتئین های ویروسی، ندارد.

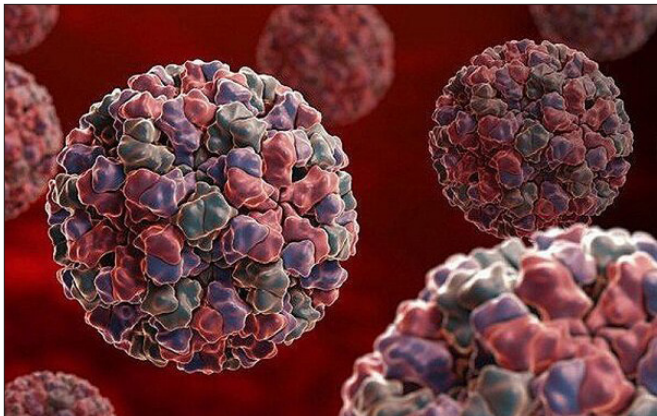
برای رفع این محدودیت ها، این تیم تحقیقاتی از طراحی محاسباتی مبتنی بر هوش مصنوعی استفاده کردند. در حالی که بیشتر ویروس ها ساختارهای متقارنی را نشان می دهند، اما عدم تقارن ظرفی نیز دارند. این تیم با استفاده از هوش مصنوعی، این ویژگی های ظریف را بازسازی کردند و برای اولین بار نانوقفس ها را با موفقیت در اشکال چهاروجهی، هشت وجهی و بیست وجهی طراحی کردند.

نانوساختارهای حاصل از چهار نوع پروتئین مصنوعی تشکیل شده اند که ساختارهای پیچیده ای را با ۶ رابط پروتئین-پروتئین مجزاتشکیل می دهند. در این میان، ساختار بیست وجهی با قطری تا ۷۵ نانومتر، به دلیل توانایی خود در نگهداری مواد ژنتیکی سه برابر بیشتر از ناقل های انتقال ژن معمولی، مانند ویروس های مرتبط با آدنو (AAV) متمایز بوده و پیشرفت قابل توجهی در ژن درمانی نشان می دهند.

نتایج تصویربرداری با میکروسکوپ الکترونی تایید کرد که نانوقفس های طراحی شده با هوش مصنوعی به ساختارهای متقارن دقیقی دست یافته اند. آزمایش های عملکردی توانایی آن ها را در رساندن مؤثر محموله های درمانی به سلول های هدف نشان دادند و راه را برای کاربردهای پزشکی عملی هموار کردند.

پروفیسور سانگمین لی گفت: «پیشرفت های حوزه هوش مصنوعی درهای تازه به سوی عصر جدیدی از تحقیقات باز کرده است که در آن ما می توانیم پروتئین های مصنوعی را برای رفع نیازهای بشر طراحی و مونتاژ کنیم. ما امیدواریم این تحقیق نه تنها توسعه ژن درمانی را تسریع کند، بلکه باعث پیشرفت در واکنش های نسل بعدی و سایر نوآوری های زیست پزشکی شود.»

در این پروژه، پروفیسور لی با پروفیسور دیوید بیکر، برنده جایزه نوبل شیمی ۲۰۲۴ از دانشگاه واشنگتن، همکاری کرد.



در جهان، مواردی مثل افزایش ایمیل های محرمانه در جریان انتخابات آمریکا یا تهدید به انتشار تصاویر خصوصی در فضای مجازی نمونه هایی از باج خواهی رسانه ای هستند. در ایران، برخی رسانه ها یا صفحات اجتماعی با افشای اطلاعات حساس یا ساختارهای جعلی می توانند باعث کاهش اعتماد عمومی به سازمان ها شود. محمدرضایی، کارشناس رسانه معتقد است که رسانه های توانمند از روش های مختلفی برای اعمال باج خواهی استفاده کنند: «باج خواهی رسانه ای استفاده از رسانه ها برای تحت فشار قرار دادن افراد، سازمان ها یا دولت ها به منظور دستیابی به منافع خاص است. این پدیده می تواند شامل تهدید به انتشار اطلاعات محرمانه، اخبار گمراه کننده، یا حتی تخریب شخصیت باشد.»

رضا شریفی، کارشناس رسانه و امنیت سایبری، در رابطه با نقش شبکه های اجتماعی در تسهیل باج خواهی رسانه ای به «شهروند» می گوید: «شبکه های اجتماعی به دلیل گستردگی و دسترسی سریع، بستری مناسب برای این نوع رفتارها شده اند. افراد می توانند با هویت های جعلی یا ناشناس، اطلاعات حساس را تهدیدآمیز منتشر کنند. به ویژه در پلنفرم هایی مانند تلگرام، توئیتر، و اینستاگرام، انتشار اخبار یا تصاویر جعلی می تواند به راحتی افراد یا سازمان ها را تحت فشار قرار دهد.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

«شهروند» ابعاد مختلف باج خواهی رسانه ای را بررسی می کند

به خاطر امتیاز واسکناس

رضا شریفی، کارشناس رسانه و امنیت سایبری، در رابطه با نقش شبکه های اجتماعی در تسهیل باج خواهی رسانه ای به «شهروند» می گوید: «شبکه های اجتماعی به دلیل گستردگی و دسترسی سریع، بستری مناسب برای این نوع رفتارها شده اند. افراد می توانند با هویت های جعلی یا ناشناس، اطلاعات حساس را تهدیدآمیز منتشر کنند. به ویژه در پلنفرم هایی مانند تلگرام، توئیتر، و اینستاگرام، انتشار اخبار یا تصاویر جعلی می تواند به راحتی افراد یا سازمان ها را تحت فشار قرار دهد.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بعضی از رسانه ها ممکن است با قصد جلب توجه یا افزایش بازدید، از این اطلاعات سوءاستفاده کنند. البته این امر غیرقانونی و غیراخلاقی است. نقش رسانه های حرفه ای این است که ضمن رعایت اخلاق رسانه ای، از انتشار اطلاعات محرمانه خودداری کنند و در صورت مواجهه با چنین مواردی، شرکت ها و مقامات مربوطه را مطلع سازند.»

بدانیم

آیا بیماری ویروسی و تنفسی جدید، شبیه کرونا است؟

متابنومو ویروس انسانی یا اچ ام پی وی (HMPV) ویروس تنفسی جدیدی است که به تازگی خبرساز شده و شباهت آن با ویروس کووید ۱۹ نگرانی هایی را در جهان برانگیخته است. متابنومو ویروس انسانی یا اچ ام پی وی (HMPV)، یک ویروس تنفسی جدید است که انتشار آن در سراسر چین خبرساز شده است. افزایش بیماران مبتلا به اچ ام پی وی در بیمارستان ها، تعطیلی مدارس و مقایسه این ویروس با کووید ۱۹ (بیماری کرونا ویروس ۲۰۱۹) توسط کارشناسان، نگرانی های مردم جهان را برانگیخته است. رسانه ها در سراسر آسیا، از جمله هند، اندونزی و ژاپن، ضمن ابراز نگرانی از قابلیت این ویروس برای تبدیل به یک همه گیری مشابه همه گیری کووید ۱۹، از شهروندان خود خواسته اند درباره این بحران بهداشتی در حال پیدایش آگاه و محتاط باشند؛ اما این ویروس چیست و این تهدید واقعاً چقدر جدی است؟

اچ ام پی وی یک ویروس تنفسی است که برای اولین بار در سال ۲۰۰۱ میلادی شناسایی شد. این ویروس عمدتاً مجاری تنفسی فوقانی و تحتانی را هدف قرار می دهد و می تواند نشانه هایی از ناراحتی خفیف و شبیه آنفلوآنزا گرفته تا عوارضی شدید مانند ذات الریه ایجاد کند. افراد آسیب پذیر، مانند کودکان خردسال، افراد مسن و افرادی که سیستم ایمنی ضعیفی دارند، به صورت ویژه در معرض خطر هستند.

اچ ام پی وی یک ویروس تنفسی است که برای اولین بار در سال ۲۰۰۱ میلادی شناسایی شد. این ویروس عمدتاً مجاری تنفسی فوقانی و تحتانی را هدف قرار می دهد و می تواند نشانه هایی از ناراحتی خفیف و شبیه آنفلوآنزا گرفته تا عوارضی شدید مانند ذات الریه ایجاد کند. افراد آسیب پذیر، مانند کودکان خردسال، افراد مسن و افرادی که سیستم ایمنی ضعیفی دارند، به صورت ویژه در معرض خطر هستند.

اچ ام پی وی یک ویروس تنفسی است که برای اولین بار در سال ۲۰۰۱ میلادی شناسایی شد. این ویروس عمدتاً مجاری تنفسی فوقانی و تحتانی را هدف قرار می دهد و می تواند نشانه هایی از ناراحتی خفیف و شبیه آنفلوآنزا گرفته تا عوارضی شدید مانند ذات الریه ایجاد کند. افراد آسیب پذیر، مانند کودکان خردسال، افراد مسن و افرادی که سیستم ایمنی ضعیفی دارند، به صورت ویژه در معرض خطر هستند.

اچ ام پی وی یک ویروس تنفسی است که برای اولین بار در سال ۲۰۰۱ میلادی شناسایی شد. این ویروس عمدتاً مجاری تنفسی فوقانی و تحتانی را هدف قرار می دهد و می تواند نشانه هایی از ناراحتی خفیف و شبیه آنفلوآنزا گرفته تا عوارضی شدید مانند ذات الریه ایجاد کند. افراد آسیب پذیر، مانند کودکان خردسال، افراد مسن و افرادی که سیستم ایمنی ضعیفی دارند، به صورت ویژه در معرض خطر هستند.

اچ ام پی وی یک ویروس تنفسی است که برای اولین بار در سال ۲۰۰۱ میلادی شناسایی شد. این ویروس عمدتاً مجاری تنفسی فوقانی و تحتانی را هدف قرار می دهد و می تواند نشانه هایی از ناراحتی خفیف و شبیه آنفلوآنزا گرفته تا عوارضی شدید مانند ذات الریه ایجاد کند. افراد آسیب پذیر، مانند کودکان خردسال، افراد مسن و افرادی که سیستم ایمنی ضعیفی دارند، به صورت ویژه در معرض خطر هستند.

اچ ام پی وی یک ویروس تنفسی است که برای اولین بار در سال ۲۰۰۱ میلادی شناسایی شد. این ویروس عمدتاً مجاری تنفسی فوقانی و تحتانی را هدف قرار می دهد و می تواند نشانه هایی از ناراحتی خفیف و شبیه آنفلوآنزا گرفته تا عوارضی شدید مانند ذات الریه ایجاد کند. افراد آسیب پذیر، مانند کودکان خردسال، افراد مسن و افرادی که سیستم ایمنی ضعیفی دارند، به صورت ویژه در معرض خطر هستند.



اچ ام پی وی یک ویروس تنفسی است که برای اولین بار در سال ۲۰۰۱ میلادی شناسایی شد. این ویروس عمدتاً مجاری تنفسی فوقانی و تحتانی را هدف قرار می دهد و می تواند نشانه هایی از ناراحتی خفیف و شبیه آنفلوآنزا گرفته تا عوارضی شدید مانند ذات الریه ایجاد کند. افراد آسیب پذیر، مانند کودکان خردسال، افراد مسن و افرادی که سیستم ایمنی ضعیفی دارند، به صورت ویژه در معرض خطر هستند.

اچ ام پی وی یک ویروس تنفسی است که برای اولین بار در سال ۲۰۰۱ میلادی شناسایی شد. این ویروس عمدتاً مجاری تنفسی فوقانی و تحتانی را هدف قرار می دهد و می تواند نشانه هایی از ناراحتی خفیف و شبیه آنفلوآنزا گرفته تا عوارضی شدید مانند ذات الریه ایجاد کند. افراد آسیب پذیر، مانند کودکان خردسال، افراد مسن و افرادی که سیستم ایمنی ضعیفی دارند، به صورت ویژه در معرض خطر هستند.

اچ ام پی وی یک ویروس تنفسی است که برای اولین بار در سال ۲۰۰۱ میلادی شناسایی شد. این ویروس عمدتاً مجاری تنفسی فوقانی و تحتانی را هدف قرار می دهد و می تواند نشانه هایی از ناراحتی خفیف و شبیه آنفلوآنزا گرفته تا عوارضی شدید مانند ذات الریه ایجاد کند. افراد آسیب پذیر، مانند کودکان خردسال، افراد مسن و افرادی که سیستم ایمنی ضعیفی دارند، به صورت ویژه در معرض خطر هستند.

اچ ام پی وی یک ویروس تنفسی است که برای اولین بار در سال ۲۰۰۱ میلادی شناسایی شد. این ویروس عمدتاً مجاری تنفسی فوقانی و تحتانی را هدف قرار می دهد و می تواند نشانه هایی از ناراحتی خفیف و شبیه آنفلوآنزا گرفته تا عوارضی شدید مانند ذات الریه ایجاد کند. افراد آسیب پذیر، مانند کودکان خردسال، افراد مسن و افرادی که سیستم ایمنی ضعیفی دارند، به صورت ویژه در معرض خطر هستند.

اچ ام پی وی یک ویروس تنفسی است که برای اولین بار در سال ۲۰۰۱ میلادی شناسایی شد. این ویروس عمدتاً مجاری تنفسی فوقانی و تحتانی را هدف قرار می دهد و می تواند نشانه هایی از ناراحتی خفیف و شبیه آنفلوآنزا گرفته تا عوارضی شدید مانند ذات الریه ایجاد کند. افراد آسیب پذیر، مانند کودکان خردسال، افراد مسن و افرادی که سیستم ایمنی ضعیفی دارند، به صورت ویژه در معرض خطر هستند.

راهکارهای مقابله با باج خواهی رسانه ای

برای مقابله با پدیده باج خواهی رسانه ای، کارشناسان رسانه معتقد هستند که سازمان ها و شرکت ها می توانند از چندین استراتژی استفاده کنند: تقویت سیستم های امنیتی؛ یکی از اولین اقدامات پیشگیرانه، تقویت سیستم های امنیتی داخلی است تا از انتشار اطلاعات محرمانه جلوگیری شود. آموزش کارکنان در خصوص نحوه حفاظت از اطلاعات و استفاده از رمزنگاری می تواند مؤثر باشد. شفافیت و پاسخگویی؛ برخی شرکت ها ممکن است با ارتقای شفافیت و پاسخگویی خود به رسانه ها، از تهدیدات احتمالی جلوگیری کنند. این می تواند شامل پاسخگویی سریع و مؤثر به پرسش های رسانه ها و توضیح شرایط به طور

عمومی باشد. مذاکرات قانونی و قراردادی؛ ایجاد قراردادهای قانونی که شامل بندهای محرمانه و غیرمجاز برای افشای اطلاعات حساس باشد، می تواند یکی از راه های مقابله با این نوع باج خواهی باشد. همچنین، در صورت مواجهه با تهدیدات، اقدامات قانونی و شکایت از رسانه ها می تواند در نظر گرفته شود. ارتقای روابط عمومی؛ تقویت بخش روابط عمومی و ایجاد ارتباطات مستحکم با رسانه ها می تواند به عنوان یک راهکار پیشگیرانه عمل کند. ایجاد روابط مثبت با خبرنگاران و رسانه ها ممکن است از تهدیدات جلوگیری کند و در صورت وقوع تهدید، کمک به کاهش اثرات منفی آن کند.