

سواد رسانه‌ای و حقوق ارتباطات: فردیت اخلاقی محیطی در رسانه‌های جدید

Brian O'Neill

مترجم: لاله اقتداری
کارشناس علوم ارتباطات



مورد نیاز است.

فردیت اخلاقی محیطی در رسانه‌های جدید
سواد رسانه‌ای با فردیت اخلاقی در محیط رسانه‌های
دیجیتال پیوند دارد که در این محیط منبع ارزش‌ها و مبنای
ارزیابی اخلاقی، خود شخص است. در این چشم انداز حتی
شهروندان آسیب پذیر مثل کودکان، افراد کم سن و سال که
معمولا تمایل دارند تا پیشگام استفاده از رسانه‌های جدید باشند
باید در مورد خطرات و فرصت‌های دنیای آن لاین مطلع شوند.
با بررسی تعدادی از مشکلات اخلاقی که هم اکنون
شهروندان با آن در دنیای دیجیتال رو به رو هستند، این
مقاله بحث می کند که یک چارچوب حقوقی در آموزش سواد
رسانه‌ای مورد نیاز است.

سواد رسانه‌ای

تعریف سواد رسانه‌ای که اغلب مورد استفاده قرار می گیرد،
فرمولاسیون آن به عنوان «توانایی دسترسی، آنالیز، ارزیابی و
تولید رسانه‌های چاپی و الکترونیکی» می باشد.
یک تعریف دقیق تر از سواد رسانه‌ای این است که: «از یک
تلاش جهت جمع آوری یک تنوع گسترده از دیدگاه‌ها و چشم
اندازهای متفاوت به منظور آموزش رسانه‌ای» به دست می آید.

چکیده

بیان غالب در خط مشی سواد رسانه‌ای با فردیت اخلاقی
در محیط رسانه‌های دیجیتال پیوند دارد که در این محیط منبع
ارزش‌ها و اصول اخلاقی و مبنای ارزیابی اخلاقی، شخص است.
در این چشم انداز، حتی شهروندان آسیب پذیر مانند کودکان
و مردم جوان، که تمایل دارند پیشگام استفاده از رسانه‌های
جدید باشند، نیاز دارند تا در مورد خطرات و فرصت‌های دنیای
آن لاین که رفته رفته حمایت بنگاه‌های رسمی برای بررسی
صحت و سقم منابع اطلاعاتی را از دست می دهند، به بحث
و گفتگو بنشینند. به طرز چشمگیری اجتناب از این بیان یکی
از ملاحظات مفهوم حقوق ارتباطی است. بررسی یک مفهوم
سازی دیگر از آشنایی با رسانه‌ها، آن را به عنوان یک حقوق
بشر پایه ای مطرح کرد که به اندازه دیگر گونه‌های سواد
اهمیت دارد.

با بررسی تعدادی از چالش‌های اخلاقی که هم اکنون
شهروندان با آن در دنیای دیجیتال رو به رو هستند، این مقاله
بحث می کند که یک چارچوب حقوقی برای مورد خطاب قرار
دادن چالش‌هایی که در آموزش سواد رسانه‌ای حضور دارند،

هدف بنیادی سواد رسانه‌ای در این تعریف یک «رابطه مستقل ضروری سازمان یافته حول یک سری از عقاید و مقررات رایج» است که بیان می‌کند رسانه‌ها ایجاد شده‌اند و دارای استلزامات گسترده تجاری، ایدئولوژیکی و سیاسی هستند.

سواد رسانه‌ای اروپا در محیط دیجیتال

سیاست رسانه‌ای اروپا برای این اندیشه اولویت قائل است که تمامی شهروندان احتیاج دارند تا از لحاظ سواد رسانه‌ای باسواد باشند و بتوانند به طور کامل در جامعه رسانه‌ای و پر از تکنولوژی امروز مشارکت داشته باشند.

سیاست سواد رسانه‌ای کمیسیون اروپا بنایی درست کرد که باعث بهبود راهنمای خدمات رسانه‌های سمعی و بصری می‌شود و یک دوره جهت اقدامات اضافی در این زمینه را

زمان بندی می‌کند که در کل بر ۳ جنبه خاص تاکید دارد: ارتباطات تجاری، آثار صوتی و تصویری و ارتباط آنلاین.

مشخص کردن ابعاد مربوط به آموزش رسانه‌ای از طریق زیر انجام می‌شود:

۱. احساس راحتی با انواع رسانه‌ها از روزنامه گرفته تا جوامع مجازی.

۲. استفاده فعالانه از رسانه‌ها مثلا تلویزیون، موتورهای جستجوگر اینترنت یا مشارکت در

جوامع مجازی و بهره برداری بهتر از پتانسیل رسانه‌ها برای سرگرمی، دسترسی به فرهنگ‌ها،...

۳. داشتن این رویکرد حیاتی که محتوای رسانه‌ها می‌بایست عادلانه و با دقت باشد.

۴. استفاده خلاقانه از رسانه‌ها: از آنجایی که ارزیابی تکنولوژی‌های رسانه‌ای و حضور روز افزون اینترنت به عنوان یک کانال ارتباطی امکان‌فرزاینده‌ای برای اروپایی‌ها به وجود می‌آورد تا تصاویر، اطلاعات و متونی را ایجاد و منتشر کنند، اسفاده خلاقانه اهمیت می‌یابد.

۵. درک اقتصاد رسانه‌ها و تفاوت بین تکثیرگرایی و مالکیت مطبوعاتی.

۶. آگاهی داشتن از مسائل کپی رایت که برای یک فرهنگ رعایت این قانون ضروری است به خصوص برای نسل جوان که ظرفیت مصرفش ۲ برابر است و ۲ برابر بیشتر محتوا باید تولید شود.

ریسک‌ها و فرصت‌ها در محیط دیجیتال همانطور که استفاده آنلاین کودکان رشد می‌کند، در معرض خطر بودن این کودکان به عنوان دریافت کنندگان انواع مختلف محتوای غیر مناسب و هم به عنوان شرکت کنندگان و بازیگران این رفتارهای ریسک دار وجود خواهد داشت. در زیر لیستی از این خطرات آورده شده است:

۱. ارائه دادن اطلاعات شخصی که تقریباً نیمی از نوجوانان در محیط آنلاین این خط را مرتکب می‌شوند.

۲. دیدن پورنگرافی آنلاین دومین ریسک شایع است.

۳. دیدن محتویات خشن که یک سوم نوجوانان این کار را می‌کنند.

۴. اغفال شدن یا مورد سوء استفاده و آزار قرار گرفتن که یک پنجم نوجوانان مورد سوء استفاده‌های جنسی قرار می‌گیرند.

در واکنش به این محیط پیچیده که پر از فرصت‌های مثبت است اما حاوی خطراتی نیز هست که بعضاً قابل کنترل نیست، کمیسیون اتحادیه اروپا یک اقدام متمایز برای اطمینان یافتن از یک محیط آنلاین امن تر، تلاشی در جهت توسعه سواد رسانه‌ای بهتر از طریق افزایش آگاهی و آموزش کرده است.

مثلا در مورد تبلیغات، به جای محدود یا ممنوع کردن، این کمیسیون از یک شیوه سواد آموزی رسانه‌ای بهره می‌برد که به مخاطبان کم سن و سال ابزارهایی جهت توسعه یک شیوه حمایتی برای ارتباطات تجاری می‌دهد و آنها را قادر به انجام انتخاب‌های آگاهانه می‌کند.

نتیجه‌گیری

«راجر سیلور استون» در مقاله‌ای بحث می‌کند که هسته سواد رسانه‌ای همواره می‌بایست برنامه ریزی اخلاقی باشد. او پیشنهاد می‌کند که قوانین رسانه‌ای شکلی از اخلاقیات کاربردی است که فرضیاتی در مورد منافع عمومی، آزادی بیان، حق حریم شخصی و ... ایجاد می‌کند و این را بدون پرس و جو از قانون گذاران و آزمودن اینکه چرا قانون در این جایگاه اولیه مورد نیاز است، انجام می‌دهد.

شناسایی و دسترسی به اینترنت و مشارکت آنلاین برای کودکان و افراد کم سن و سال یک حق ارتباطی است. کنسول اروپا توصیه می‌کند که تکنولوژی‌ها و خدمات اینترنت می‌بایست توسط آموزش دهندگان و والدین به عنوان ابزارهایی مثبت نگریسته شود و توصیه می‌شود که آشنا شدن با فناوری اطلاعات و ارتباطات از اولین سالها در آموزش مدارس وارد شود.

سیاست رسانه‌ای اروپا برای این اندیشه اولویت قائل است که تمامی شهروندان احتیاج دارند تا از لحاظ سواد رسانه‌ای باسواد باشند و بتوانند به طور کامل در جامعه رسانه‌ای و پر از تکنولوژی امروز مشارکت داشته باشند.