

با یسته های فضای مجازی

انقلاب فناوری اطلاعات بسیاری از مفاهیم فضای واقعی را تغییر داده است. شهر، رسانه، محل کار و زندگی همان مفاهیمی نیستند که روزمره ادراک کرده ایم. بخشی از زندگی، کسب و کار، ارتباطات اجتماعی مانند گفتگو و دورهمی در فضای دوم سامان یافته است.

مفهوم رسانه متفاوت از رسانه در فضای واقعی شده است. در فضای مجازی، جاهایی که تا بلو رسانه برافراشته شده، وقتی از در وارد می شوی شهری را می بینی که از شیر مرغ تا جان آدمیزاد درون آن یافت می شود و انگار رسانه همان شهر مجازی و شهر مجازی همان رسانه است.

از مزیت های رسانه های اجتماعی اینکه برای همه فضای کسب و کار و فضای زندگی مهیا شده و احدی جای دیگری را تنگ نکرده و هر کاربر برای خود دفتر کار، مهیا کرده است.

در فضای دوم بسیاری از محدودیت های فضای واقعی رخت بر بسته است. کار فراگیر، فعالیت غیرمتمرکز و امکان انجام در هر زمان و مکان میسر شده است. مشکلات شهری مانند آلودگی صوتی، آلودگی هوا، ترافیک و مشکلات زیست محیطی در فضای دوم تغییر شکل داده و در این فضا، آلودگی اطلاعاتی و مشکلات زیست محیطی بویژه عدم امنیت روانی جامعه، سر به آسمان می ساید.

شهر مجازی، شهری اطلاعاتی و بر پایه مدیریت دانش و دانایی محور است. از این رو شهروندان نیز باید افرادی فهیم، دارای سواد و دانش، دانا و کنشگرانی فعال و اخلاق محور باشند.

در شهر مجازی، آفتاب غروب نمی کند و کنشگری به صورت شبانه روزی و فراگیر است. از عجایب شهرهای مجازی اینکه پدیده های ناهمساز، سویه های مشترک پیدا می کنند و جهانی سازی و محلی سازی با هم به وحدت نظر می رسند!

مصالح اصلی هر گونه ساخت و ساز در این فضا، اطلاعات است. درست همان زمانی که عده ای با ملات اطلاعات در حال ساخت و ساز بنیان های جدیدی هستند، عده ای هم در حال تدارک فرو ریختن آن بنیان ها هستند.

یک نوع الا کلنگ بازی در فضای دوم رواج دارد. به موازات اطلاعات پرمحتوا، خوب و جالبی که در این فضا منتشر می شود انبوهی از پیام های فیک و ضد ارزش و نافی امنیت روانی، بنیان های اخلاقی شهروندان را نشانه رفته اند.

آنچه که در شهر مجازی بسیار اهمیت دارد شیوه تعاملات اجتماعی

است. شهروندان باید صبر و تحمل نظر مخالف را دارا باشند. برای پرهیز از برخورد و درگیری باید همه به اخلاق رسانه ای تن در دهند. تا سنگ روی سنگ بند شده و مبنایی برای تنظیم رفتار یافت شود. اینک انتظار رود مطالب منجزر کننده، فیک و خشونت زا در رسانه های اجتماعی منتشر نشود دور از انتظار است اما باید همه کاربران با تفکر انتقادی به اخلاقی شدن فضا کمک کنند. باید بواسطه اخلاق رسانه ای با کژکارکرد ها، مقابله کرد. باید کنش اخلاقی، تفکر اخلاقی و رفتار مسئولانه راهنمای هر گونه کنش گری در رسانه های اجتماعی باشد. همه باید به ایجاد رسانه مسئول و پاسخگو از طریق مسئولیت پذیری کمک کنند. پرهیز از تضییع حق دیگران و ضرر به غیر از طریق مقید کردن آزادی های فردی و پرهیز از فریبکاری و دستکاری افکار عمومی در این فضا بیش از هر زمان دیگر ضروری است. (منبع: مطالعات رسانه و ارتباطات).