

قلدری رسانه ای

بعید است که شهروندی با مفهوم «قلدری» (bullying) آشنا نباشد و در عصر اطلاعات و ارتباطات کمتر فردی زیست می کند که نوعی قلدری را در طول زندگی تجربه نکرده باشد.

در جهان کنونی پدیده اجتماعی قلدری، سیطره خود را از خانواده تا جامعه گسترانده است و سایه به سایه ساختارهای اجتماعی واقعی و مجازی را تعقیب کرده و شکل فرا مدرن بخود گرفته است.

«قلدری در محیط کار» (bullying in workplace) موجب سو مدیریت، زایل شدن عدالت اجتماعی، ایجاد نابرابری، کاهش انگیزه شغلی، ناامنی شغلی و به حاشیه راندن شایسته سالاری می شود و تبعات ناخوشایند آن گریبان جامعه را می گیرد.

در دنیای رسانه ای شده امروز و وابستگی مفرط شهروندان به اطلاعات رسانه ها، سواستفاده از قدرت ارتباطات و رسانه ها بسیار افزون شده است و قلدری رسانه های اصلی و رسانه های اجتماعی به سرفصل مطالعات رسانه ای ارتقا یافته است.

قلدری رسانه ای (bullying in media) گونه های مختلفی را تجربه می کند و می توان از قلدری مطبوعاتی، قلدری رادیویی، قلدری تلویزیونی، «سایبر قلدری» و «رایا قلدری»، قلدری اینترنتی، قلدری فیس بوکی، توئیتری و قلدری اینستاگرامی و... سخن به میان آورد.

«قلدری رسانه ای» نوعی رفتار پرخاشگرانه با هدف آزار و زیان رساندن به دیگران از طریق تولید و انتشار اطلاعات و اخبار فراواقعی و جعلی در رسانه های جمعی و اجتماعی با هدف تغییر اذهان عمومی است. مصادیق «قلدری رسانه ای» توهین، تهمت، افتراء، تحقیر، آبروریزی، زورگویی، انتقام گیری، دروغ پردازی با هدف زیاده خواهی، باج گیری و تضعیف موقعیت دیگران و تامین منافع فردی و گروهی است.

قلدری رسانه ای با سوء استفاده از مسئولیت و با هدف ترور شخصیت، آزار روحی، سرکوب و کنترل افراد و گروههای اجتماعی انجام می شود.

فرد یا گروه قدر از طریق رسانه ها، بدون درگیری فیزیکی، قدرت خویش را با دستکاری در افکار عمومی افزایش داده و با تقلیل قدرت رقبا آنها را به زیرسلطه کشیده و منافع سیاسی، اجتماعی و فرهنگی خود را به پیش می برد.

در قاموس مفاهیم سازمانی «اختیار» و «مسئولیت» به صورت توأم تعریف می شوند و هر نوع اختیار سازمانی متضمن مسئولیت و پاسخ گویی است. در «قلدری رسانه ای» قلدران و دنباله های آنان به صورت

سازمان یافته در صدد استفاده حداکثری از اختیارات خود بدون قبول مسئولیت و پاسخ گویی هستند. از اینرو بزرگترین خسارات را از طریق رسانه ها به دیگران تحمیل می کنند و کوچکترین انتقاد را نیز بر نمی تابند.

رسانه ها جمعی و بویژه رسانه های عمومی در فرایند ارتباطات جمعی، نقش میانجی و واسطه دارند و به همین جهت به آنها مدیا اطلاق می شود. ارتباط سازان جمعی در بیان اخبار و اطلاعات باید از جهت گیری غیر واقعی و از یک سو به نگرانی در روایت رخدادها و پدیده های اجتماعی پرهیز کنند.

آنچه می تواند قطار قلدری رسانه ای را تا حدی متوقف کند، نهادینه کردن دموکراسی، جریان آزاد اطلاعات، آزادی رسانه ها، آزادی بیان و تغییر سیاستگذاری رسانه ای بر مدار قانون و خواست، نیاز و آمال های شهروندان است. (منبع: مطالعات رسانه و ارتباطات).