

مرام‌نامه‌های اخلاقی برای فضای مجازی

اخلاق فناوری، گام هشتم



پس از تمامی بررسی‌های نظری در حیطه‌های گوناگون، نتایج مشخص و تنظیم‌شده‌ای را داشته باشند که دستورالعمل اخلاقی را در شرایط گوناگون کار و برای هر دسته از افراد درگیر در کار ارائه کند. به مجموعه این دستورالعمل‌های اخلاقی، کدهای اخلاقی^۲ یا «مرام‌نامه اخلاقی» گفته می‌شود که کمک می‌کند دست‌اندرکاران وظایف اخلاقی خود را به‌وضوح بدانند.

ملاحظات اخلاقی فضای مجازی از چه ویژگی‌هایی ناشی می‌شود؟

برای فضای مجازی معمولاً چنین ویژگی‌هایی را ذکر می‌کنند: قلمرو جهانی بسیار فراگیر، شرایط هویتی متمایز، قابلیت تکثیر، سرعت فوق‌العاده، فراوانی حیرت‌انگیز اطلاعات و امکان تأثیرگذاری فوری و گسترده.

با توجه به ویژگی‌های ذکرشده، مناسبات اخلاقی در فضای مجازی خصوصیت‌هایی می‌یابد که توجه به آن‌ها ملاحظات خاصی را به وجود می‌آورد. مسائل اخلاقی پیش روی کاربران و بهره‌مندان از فناوری‌های ارتباطی، بسیار گسترده و گاه ناشناخته‌اند. رایج‌ترین این مسائل را می‌توان به علت شرایط ویژه ذیل، متمایز از فضای فیزیکی، دانست: آمیخته‌بودن با ناشناختگی و گمنامی، تنوع مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی، گستره حریم اطلاعاتی و حریم خصوصی، ابهام‌ها در دارایی اطلاعاتی و مالکیت معنوی، دامنه جرائم در فضای مجازی و ویژگی امنیت اطلاعات و اطلاعات آمن.

پیش از این گفتیم، آداب فردی، ارتباطی و اجتماعی و کاربری رسانه‌ها را به اختصار «فن‌آداب» می‌نامیم و ضروری است همه ما در حوزه‌های مرتبط با شأن و جایگاه خود، این آداب را بشناسیم و در رعایت آن بکوشیم.

در این نوبت یکی از منابع خوب و قابل‌اعتنا در حوزه فن‌آداب، یعنی گزارش تخصصی «مرام‌نامه‌های اخلاقی برای فضای مجازی» را معرفی و مرور می‌کنیم که دکتر حمیدرضا آیت‌اللهی تدوین کرده و پژوهشگاه فضای مجازی (وابسته به مرکز ملی فضای مجازی) در بهمن ۱۳۹۹ در قالب گزارش شماره ۵۰ خود منتشر کرده است.^۱

مرام‌نامه اخلاقی یعنی چه؟

هر عملی که انسان انجام می‌دهد، ضرورتاً بر یک نظام ارزشی و اخلاقی مبتنی است که بر آن اساس تصمیم‌گیری می‌کند. گرچه ما غالباً به معیارهای کلی اخلاقی یکسانی معتقدیم، ولی تطبیق معیارها با شرایط جزئی در فعالیت‌هایمان با مشکلات زیادی مواجه می‌شود. در نتیجه به تصمیم‌های متفاوتی دست می‌زنیم که از شرایط آن فعالیت ناشی می‌شوند. بدین جهت، عالمان اخلاق تلاش می‌کنند با هم‌فکری و تجزیه و تحلیل شرایط خاص هر فعالیت، وظایف اخلاقی ما را تنظیم کنند و متناسب با نقشی که در آن فعالیت داریم، دستورالعمل‌هایی اخلاقی تنظیم کنند تا بر آن اساس سایر افراد بتوانند در نظامی معیار، زیست اخلاقی داشته باشند.

دست‌اندرکاران هر حرفه یا فعالیت کاربردی علاقه‌مندند که

۳. حفظ امنیت و نداشتن اضرار مادی و معنوی به غیر:

هیچ اقدامی که در فضای مجازی انجام می‌گیرد، نباید امنیت کاربران و متصدیان و طراحان را به صورت فردی و اجتماعی خدشه‌دار کند، مگر بر طبق قانون، در مواردی که فعالیت مجازی موجب ضرر معنایی به جامعه یا دیگران شود.

۴. امانت‌داری و احترام به حقوق دیگران: در فضای مجازی

هر فرد باید به حقوق دیگران احترام بگذارد و آن را خدشه‌دار نکند. لذا مالکیت معنوی باید محترم شمرده شود. بی‌توجهی به این موضوع در ادبیات دینی، همان رعایت نکردن حق الناس است.

۵. حفظ حریم هنجارهای اجتماعی و دینی: هر جامعه‌ای

متناسب با شرایط خود هنجارها و ارزش‌هایی فرهنگی دارد که فعالیت‌های فضای مجازی نباید آن‌ها را خدشه‌دار کند. همچنین، حریم‌های دینی هر جامعه باید محترم شمرده شوند.

۶. نیت درست اخلاقی: دست‌اندرکاران فضای مجازی برای

فعالیت‌های خود در فضای مجازی انگیزه‌های متفاوتی دارند که معمولاً نیت آن‌ها از انجام فعالیت می‌شود. این انگیزه‌ها و نیت‌ها نباید با اصول اخلاقی مغایر باشند. فعالیتی که با نیت خوب اخلاقی و معنوی انجام می‌شود، شایسته تحسین است.

۷. سودرسانی و کمک به رشد و تعالی دیگران: هدف

اصلی استفاده از فضای مجازی باید از لحاظ اخلاقی ارزشمند باشد. از آنجا که در فضای مجازی تعامل کاربران اهمیت دارد، تعامل‌های اخلاقی باید در جهت سودرسانی به دیگران و کمک به رشد و تعالی آن‌ها باشد.

گزیده‌ای از مرام‌نامه اخلاقی خاص برای تعامل‌های چندگانه در فضای مجازی

آنچه در ادامه می‌آید، نمونه‌ای است از کدهای اخلاقی برای یک گروه از ذی‌نفعان فضای مجازی، یعنی «کاربران شبکه‌های اجتماعی»، در تعامل‌های چندگانه. مانند این دستورالعمل‌ها برای سایر ذی‌نفعان در انواع تعاملات مجازی را می‌توانید در گزارش اصلی بخوانید:

مرام‌نامه اخلاقی فضای مجازی چه اشخاص و موضوعاتی را باید پوشش بدهد؟

رفتار اخلاقی در فضای مجازی با نقشی متناسب است که هر فرد می‌تواند در این فضا داشته باشد. بدین جهت با تفکیک ذی‌نفعان فضای مجازی، می‌توان الزامات اخلاقی آن‌ها را مشخص کرد. گرچه ذی‌نفعان بسیاری می‌توان برای فضای مجازی در نظر گرفت، ولی در فضای مجازی، به طور کلی ذی‌نفعان مهم‌ترین قرارند: سیاستگذاران، طراحان، مسئولان و مالکان، متصدیان، کاربران و دولت.

گذشته از تفاوت وظایف اخلاقی دست‌اندرکاران گوناگون فضای مجازی، نوع فعالیت ذی‌نفعان نیز در نوع دستورالعمل اخلاقی می‌تواند مؤثر باشد. لذا هر یک از قالب‌های فضای مجازی مثل وبلاگ، وبگاه، رایانامه، شبکه‌های اجتماعی، موتورهای جست‌وجو، تبلیغات و غیره می‌تواند مرام‌نامه مخصوص خود را داشته باشد. در این گزارش، این دسته کلی تقسیم شده‌اند: الف) مرام‌نامه اخلاقی برای فعالیت‌های یک‌جانبه در فضاهای مجازی، همچون وبگاه‌های خبری، وبلاگ‌ها، وبگاه‌های اطلاعاتی و مانند آن‌ها.

ب) مرام‌نامه اخلاقی برای تعامل‌های دوجانبه در فضای مجازی، همچون رایانامه، گپ، پیام‌رسان‌ها و مانند آن‌ها. ج) مرام‌نامه اخلاقی برای تعامل‌های چندجانبه در شبکه‌های اجتماعی و مانند آن‌ها.

هفت اصل اساسی اخلاقی فضای مجازی

اصول اساسی اخلاق در فضای مجازی را می‌توان در این موارد دسته‌بندی کرد:

۱. صداقت: هرگونه فعالیت در فضای مجازی از ناحیه طراحان و متصدیان و کاربران باید صادقانه باشد و از ارائه هرگونه ارائه اطلاعات خلاف واقع و فریب یا اطلاعاتی که موجب برداشت خلاف واقع می‌گردد جلوگیری شود.

۲. حفظ حریم خصوصی و امتناع از غیبت: هیچ یک از

دست‌اندرکاران فضای مجازی نباید به حریم خصوصی دیگران وارد شود و به طریق اولی می‌تواند همانند فضای فیزیکی نسبت به نشر و بازگویی اطلاعات خصوصی دیگران، بدون رضایت آن‌ها، یا به عبارت دیگر غیبت (در اصطلاح سنت اسلامی)، اقدام کند. در صورت وقوع باید رضایت فرد تأمین شود.

۱. به خاطر داشته باشند، به طور کلی پای بندی به اصول اخلاقی در شبکه های اجتماعی، به طور عمده از همان اصول متعارف اخلاقی در زندگی واقعی پیروی می کند.

۲. به خاطر داشته باشند، محیط اینترنت حافظه بلندمدت دارد و حذف اطلاعات از روی صفحه رخ نمایان (پروفایلشان)، لزوماً به معنای معدوم شدن اطلاعات شخصی آنان نیست. از این رو، به هنگام ارسال اطلاعات شخصی، به این موضوع توجه کافی داشته باشند.

۳. از همه تنظیماتی که شبکه های اجتماعی برای حفاظت از اطلاعات شخصی و محرمانه در اختیارشان قرار می دهند، استفاده کنند.

۴. دسترسی افرادی را که امنیت و آسایش آن ها را به هم می زنند، مسدود کنند.

۵. با به کار بستن اصول تنظیمات امنیتی شبکه های اجتماعی، امنیت و آسایش خود و دیگر کاربران را فراهم کنند.

۶. در تولید، انتشار و باز نشر محتوا، از قانون حقوق حق نشر (کپی رایت) تبعیت کنند.

۷. در برابر آسیب های ناشی از تولید، انتشار و باز نشر محتوا، مسئولانه برخورد کنند.

۸. در بیان مطالب و نظرات خویش درباره محتوای دیگر کاربران، با احترام برخورد کنند و به دیگران اهانت نکنند.

۹. از محتوای مطالب باز نشری آگاهی کامل داشته باشند.

۱۰. از ایجاد رخ نماهای شخصی و حساب های کاربری به نام اشخاص دیگر پرهیز کنند.

۱۱. برای هرگونه فعالیت اقتصادی و تجاری در شبکه های اجتماعی، با هویت واقعی خود اقدام کنند.

۱۲. از تولید، انتشار و باز نشر هر محتوایی (اعم از متن، فیلم، صوت و عکس) علیه مقدسات دین ها، به خصوص دین های ابراهیمی، اجتناب کنند.

۱۳. از تولید، انتشار، باز نشر و استفاده از هر محتوایی (اعم از متن، فیلم، صوت و عکس)، که منافی عفت و اخلاق عمومی باشد، مانند اشاعه فحشا و انحرافات جنسی، دوری کنند.

۱۴. در تولید، انتشار و باز نشر مطالب و نظرات خویش، صادقانه، مستند، محترمانه، آگاهانه و مسئولانه اقدام کنند.

۱۵. تا حد امکان اطلاعات شخصی و محرمانه و عکس ها و فیلم های خصوصی خود را روی شبکه های اجتماعی قرار ندهند.

۱۶. اطلاعات شخصی و محرمانه دوستان خود یا دیگر اعضای شبکه های اجتماعی را افشا نکنند.

۱۷. اطلاعات شخصی و محرمانه افراد حقیقی یا حقوقی خارج از شبکه های اجتماعی را در شبکه های اجتماعی منتشر نکنند.

۱۸. نباید به هر طریقی برای دسترسی به اطلاعات محرمانه و شخصی دیگر کاربران تلاش کنند.

۱۹. نباید در شبکه های اجتماعی، از هیچ قابلیت، مانند درخواست دوستی، فرستادن پیام خصوصی و... برای کاربران دیگر مزاحمت ایجاد کنند.

۲۰. نباید محتوایی (اعم از متن، فیلم، صوت و عکس) را به منظور تهدید یا ارباب کاربران دیگر، یا افرادی که خارج از شبکه های اجتماعی هستند، منتشر کنند.

۲۱. نباید به انتشار، توزیع، معامله و در دسترس قرار دادن داده ها یا نرم افزارهایی بپردازند که صرفاً برای برهم زدن امنیت و آسایش کاربران اینترنتی و به ویژه شبکه های اجتماعی به کار می روند.

۲۲. نباید به تولید، انتشار و باز نشر محتوای کاذب و خلاف واقع و همچنین شایعات اقدام کنند.

۲۳. نباید از فضای شبکه های اجتماعی برای راه اندازی اعمال مجرمانه، مانند کلاهبرداری، سرقت و قتل در جامعه استفاده کنند.