

## کدهای اخلاقی محتوای الکترونیکی در آموزش مجازی

### مقدمه:

اخلاق از مهم‌ترین مباحث و موضوعات مطرح در محیط‌های آکادمیک است که در حال حاضر توسط مجامع بین‌المللی، سازمان‌های منطقه‌ای، سیاستگذاران، برنامه‌ریزان، محققین و متخصصین رشته‌های مختلف علوم و فنون در بسیاری از کشورها مورد توجه ویژه قرار گرفته است. به علاوه دوران معاصر، عصر انفجار اطلاعات است و جوامع امروزی به عنوان جامعه اطلاعاتی خوانده می‌شوند و حضور فناوری‌های اطلاعاتی، آموزش مجازی و یادگیری الکترونیکی بیش از پیش در دنیای امروز اهمیت یافته است. با ظهور روش‌های گوناگون آموزشی، انواع متفاوتی از محتواها و منابع الکترونیکی شکل گرفته و در این راستا، دستورالعمل‌ها و توصیه‌های اخلاقی برای استفاده، دسترسی، بازیابی و توزیع آنها به واسطه ارتباط با عامل انسانی، اهمیت می‌یابد. در ایران نیز آموزش مجازی بیش از پیش توسعه یافته و تولید انواع محتواهای الکترونیکی به یکی از امور روزمره اعضای هیات علمی و دانشگاه‌ها تبدیل شده است. لذا به منظور حفظ حقوق افراد اعم از بیماران، پرسنل و تهیه‌کنندگان محتواها، نیاز به وجود کدهای اخلاقی در این زمینه بیش از گذشته احساس می‌شود. در گذشته راهنمای عمومی اخلاق در پژوهش‌های علوم پزشکی، راهنمای کشوری اخلاق در انتشار آثار پژوهشی علوم پزشکی و راهنماهای کشوری اخلاق در حیطه‌های خاص تهیه شده است که باید در تولید محتواهای الکترونیکی نیز رعایت شوند، ولی با توجه به تفاوت‌هایی که در ماهیت محتوای الکترونیکی نسبت به سایر محصولات علمی اعضای هیات علمی وجود دارد، باید با دید تخصصی، کدهای اختصاصی در این حیطه تدوین شود. در این مستند کدهای اخلاقی محتوای الکترونیکی کشوری مدون و ارائه شده است.

### تعاریف:

**محتوای الکترونیکی:** به کلیه محتواهای آموزشی اعم از چند رسانه‌ای‌ها، گرافیک، متن، تصویر، اسلاید، پویانمایی (انیمیشن)، شبیه‌سازی، بازی‌پردازی، منابع درسی و محتوای آرشیو شده حاصل از تعامل افراد اطلاق می‌شود که به فرمت الکترونیکی ارائه شوند.

**طراحی آموزشی:** به اصول نظری و عملی طراحی، تولید، بهره‌مندی، مدیریت و ارزیابی فرآیندها و منابع یادگیری گفته می‌شود که به منظور تضمین کیفیت آموزش انجام می‌شود و شامل تمام روندهای تحلیل نیازها و اهداف فراگیران، طراحی روند آموزشی، اجرا و ارزشیابی برای پوشش این نیازها است.

**مالکیت معنوی:** عبارت است از مالکیت مواردی مانند ایده، اختراع یا فرآیندی که با کار فکری و هوشمندانه تولید شده است.

## کدهای اخلاقی محتواهای الکترونیکی

- ۱- حق مالکیت معنوی محتوای الکترونیکی، برای مولف (ین) آن و سازمان متولی تامین کننده اعتبار مالی تهیه برنامه محفوظ است و می‌تواند بر اساس توافق طرفین به یکی از آنها و یا سازمان ثالث به عنوان ناشر واگذار شود.
- ۱-۱. افرادی به عنوان مولف محتوای الکترونیکی شناخته می‌شوند که حداقل در یکی از مراحل الف) طراحی آموزشی محتوا و/یا ب) ارائه و/یا تهیه مطالب علمی، نقش اصلی داشته باشند و یکی از این مولفین به عنوان مولف مسوول معرفی می‌شود.

- ۱-۲. انتساب غیرواقعی (صوری) به فرد یا سازمانی که در تهیه محتوا نقش ندارد، نادرست است.
- ۱-۳. مسوولیت رعایت حق مالکیت معنوی و اصول تعهد حرفه‌ای با تمامی مولف (ین) محتوای الکترونیکی است.
- ۱-۴. مولف مسوول باید از موافقت گروه مولفین برای اضافه شدن نامشان، به طور مکتوب اطمینان حاصل کند و حق مالکیت معنوی ایشان را به تناسب میزان مشارکت رعایت نماید.
- ۱-۵. مولف مسوول بهتر است از کلیه افرادی که در قسمتی از فرآیند تهیه محتوا مانند ایده پردازی و سایر مراحل شرکت داشته‌اند ولی این میزان در حدی نیست که به عنوان مولف محسوب شوند، در بخشی از محتوا با عنوان تشکر و قدردانی نام ببرد.
- ۱-۶. مشخصات کامل مولف (ین) شامل نام و نام خانوادگی کامل، وابستگی سازمانی و تحصیلات باید در محتوا ذکر شود.
- ۲- مسوولیت نهایی در مورد صحت و به روز بودن مطالب آموزشی ارائه شده در زمان تولید، با مولف (ین) محتوای الکترونیکی است و زمان تولید یا به روز رسانی باید در محتوا ذکر شود.
- ۳- مطالب ارائه شده در محتوای الکترونیکی و تمام عکس‌ها، نمودارها، تصاویر، فیلم‌ها و غیره باید دارای مجوز استفاده از صاحب اثر و با ذکر منبع باشد و اگر این موارد حاصل نتایج تجربیات و تحقیقات مولف (ین) است، این موضوع باید به وضوح بیان شوند و هر گونه دخل و تصرف در آن اعلام گردد.
- ۴- تمامی مولفین محتوای الکترونیکی باید مسوولیت بخش مرتبط با خود را در زمینه‌های زیر بپذیرند: الف) صحت مطالب مندرج در محتوا، ب) پایبندی به راهنماهای اخلاقی عمومی و اختصاصی کشور، ج) اظهار تعارض منافع احتمالی در محتوا.
- ۴-۱. وجود تعارض منافع به خودی خود ایرادی اخلاقی برای محتوا محسوب نمی‌شود اما مولف (ین) باید هر گونه تعارض منافع را که از نگاه مخاطبین پوشیده است، در محتوا به طور شفاف اعلام نمایند.
- ۴-۲. قرارداد تولید محتوا بین مولف (ین) و حامی مالی نباید منجر به منع اعلام هر گونه تعارض منافع شود.
- ۵- رعایت معیارهای حقوقی و اخلاقی مانند رعایت معیارهای اجتماعی- فرهنگی، پرهیز از ارائه مطالب کذب، پرهیز از توهین و افترا، حفظ اسرار افراد و حفظ حریم خصوصی الزامی است.
- ۶- استفاده از عکس یا فیلم افراد، باید به گونه‌ای باشد که منجر به شناسایی فرد نشود و پوشاندن چشم‌ها به تنهایی کفایت نمی‌کند، مگر آن‌که رضایت آگاهانه‌ی کتبی از فرد اخذ شده باشد. به عبارتی مولف (ین) موظف است این افراد را از تمامی اطلاعاتی که می‌تواند در تصمیم‌گیری آنها مؤثر باشد، به نحو مناسبی آگاه سازد.
- ۶-۱. کسب رضایت آگاهانه باید فارغ از هر گونه اجبار، تهدید، تطمیع و اغوا انجام گیرد. در غیر این صورت رضایت اخذ شده نامعتبر است.
- ۶-۲. کسب رضایت در مورد گروه‌های آسیب پذیر مانند سالمندان، زنان باردار، صغار، عقب ماندگان ذهنی، مبتلایان به زوال عقل، بیماران روان پریش و سایر گروه‌های آسیب پذیر، تابع راهنمای عمومی و اختصاصی اخلاق در پژوهش‌های علوم پزشکی کشور ایران است.
- ۷- در تهیه محتوا الکترونیکی، تبعیت از سایر موارد مرتبط ذکر شده در راهنماهای اخلاقی عمومی و اختصاصی مصوب کشوری الزامی است.

تاریخ تهیه: آبان ماه ۱۳۹۶