

# فضای مجازی آسیب ها و فرصت ها

فاطمه تقی زاده

(دکترای علوم تربیتی و مدرس سواد فضای مجازی)

پاییز ۱۴۰۳

## فهرست مطالب

۱. کلیات و مفاهیم ..... ۳
۲. فرصت ها، آسیب ها و تهدیدهای شبکه ها اجتماعی ..... ۶
۳. فضای مجازی و نظام سلطه ..... ۱۴
۴. معرفی شبکه های فعال اجتماعی ..... ۱۸
۵. نقش شبکه های اجتماعی در تحولات سیاسی ایران و جهان ..... ۲۲
۶. شبکه ملی اطلاعات و فضای مجازی ..... ۲۶
۷. احکام شرعی مرتبط با فضای مجازی و شبکه های اجتماعی ..... ۲۹

## ۱ کلیات و مفاهیم فضای مجازی

«فضای مجازی عبارتست از نظام‌های اجتماعی که از تعامل کاربران بر بستر شبکه شکل می‌گیرد»  
برای تبیین این تعریف بایستی به دو مفهوم «فضای مجازی» (سایبری) و «شبکه» که اغلب به نادرستی به جای همدیگر استفاده می‌شود بپردازیم.

### پیشینه فضای مجازی (سایبری)

فضای سایبری ریشه در سایبرنتیک دارد و سایبرنتیک به‌عنوان یک فیلد علمی به سال‌های بعد از جنگ جهانی دوم در ایالات متحده بر می‌گردد. بین سال‌های ۱۹۴۶ تا ۱۹۵۳ بنیاد جونیور جسیا میسی مجموعه‌ای از کنفرانس‌های سالیانه را در نیویورک و در موضوع «سازوکارهای چرخه‌ای علی و بازخورد در سیستم‌های اجتماعی و زیستی» برگزار می‌کرد که بعد از انتشار کتاب سایبرنتیک در سال ۱۹۴۸ توسط نوربرت وینر این کنفرانس‌ها تغییر نام داد و با عنوان «سایبرنتیک: سازوکارهای چرخه‌ای علی و بازخورد در سیستم‌های اجتماعی و زیستی» برگزار گردید و مشهور به کنفرانس‌های سایبرنتیک میسی شد. این سلسله کنفرانس‌ها که به ظرف توسعه سایبرنتیک تبدیل شد موجب تأثیرپذیری سایبرنتیک از علوم و رشته‌های مختلفی نظیر: علوم کامپیوتر، مهندسی برق، هوش مصنوعی، رباتیک، مدیریت، خانواده‌درمانی، علوم سیاسی، جامعه‌شناسی، زیست‌شناسی، روان‌شناسی، معرفت‌شناسی، موزیک و ... شد. با توجه به علوم مختلفی که در سایبرنتیک ورود پیدا کردند، تعاریف مختلفی از سایبرنتیک وجود دارد به‌عنوان مثال:

۱- سایبرنتیک به‌مثابه سازوکار کنترل و ارتباطات در حیوانات، ماشین و نظام‌های اجتماعی

۲- سایبرنتیک به‌مثابه نظریه عمومی تنظیم مقررات

۳- سایبرنتیک به‌مثابه هنر سازمان‌دهی مؤثر

و ...

از دهه ۱۹۵۰ که اولین رایانه‌های تجاری ساخته شد، اولویت‌های سازمان اطلاعات ایالات متحده مبنی بر شست و شوی مغزی و کنترل ذهنی منجر به تزریق بودجه پژوهشی بسیاری در حوزه بین‌رشته‌ای مطالعات زیستی و سایبرنتیک شد. از همین رو کنفرانس‌های میسی در دهه ۱۹۵۰ به سمت پژوهش‌های علمی در حوزه هوش مصنوعی و تولید برنامه‌های رایانه‌ای مرتبط با سایبرنتیک شد. از اوایل دهه ۱۹۶۰ و طی جنگ سرد، سرمایه‌گذاری شوروی نیز بر روی سایبرنتیک آغاز شد و آمریکایی‌ها در این رقابت مجموعه‌ای از مؤسسات و پژوهشگاه‌های سایبرنتیک را با عنوان «جامعه سایبرنتیک آمریکا» تأسیس کردند. بدین ترتیب در دهه ۱۹۶۰ پژوهش‌های سایبرنتیکی به‌صورت سازمان‌یافته‌ای توسعه پیدا کرد و در اواخر دهه ۱۹۶۰ منجر به تأسیس آزمایشگاه رایانه‌ای زیستی در دانشگاه ایلینویز شد. این ایده که انسان می‌تواند با ماشین تعامل داشته باشد و فضای ارتباطی انسان‌ها می‌تواند بر بستر ماشین به وجود آید، زمینه شکل‌گیری مفهوم فضای سایبری شد. تا اینکه در اوایل دهه ۱۹۸۰ ویلیام گیسون واژه فضای سایبری را برای اولین بار استعمال نمود.

تفاوت فضای مجازی (سایبری) با شبکه

بسیاری به اشتباه فضای مجازی را با اینترنت یا دیگر شبکه‌های برآمده از فناوری اطلاعات و ارتباطات یکسان می‌گیرند. اما بایستی توجه نمود که اولاً آنچه فضای مجازی را فضای مجازی می‌کند، اتصال فناوری‌های اطلاعات، توسط فناوری‌های ارتباطات نیست بلکه نظر مثبت کاربران است که این نوع از اتصال را مؤثر دانسته و فضای مجازی را در حکم عالم واقع، مؤثر می‌سازد.

دوماً اینترنت یکی از شبکه‌های ممکن در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات است که می‌تواند در کنار آن، شبکه‌های بسیار دیگری ایجاد شود.

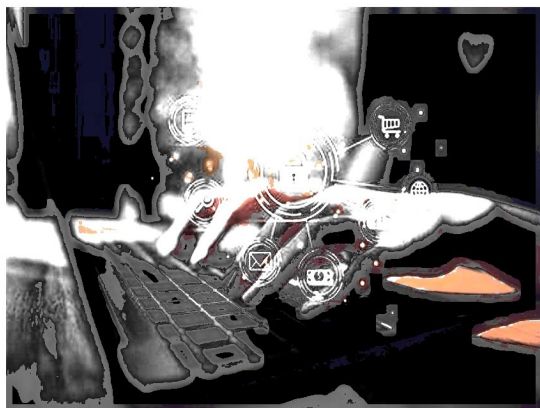
پس می‌توان گفت شبکه، به نوعی ابزار و ادواتی از سنخ فناوری اطلاعات و ارتباطات است که چنانچه انسان‌ها برای تعاملات اجتماعی خود به کار بندند؛ در اثر این تعاملات، نظام‌های اجتماعی شکل می‌گیرد و سرجمع این نظام‌ها را فضای مجازی می‌نامند و این فضای مجازی در حکم فضای واقعی است.

فضای مجازی چه ویژگی‌های دارد؟

### ویژگیهای فضای مجازی:

**توسعه ارتباطات:** با توجه به این که پراکندگی میان خویشاوندان از لحاظ داخلی و بین المللی زیاد است فضای ارتباطات شبکه ای هم زمان امکان تبدیل پراکندگی و دوری به نظام مند شدن و نزدیکی را فراهم ساخته است بنابراین اغلب مردم برای ارتباط خانوادگی و قوم و خویشی از فضای مجازی استفاده میکنند. از طرفی شبکه های مجازی میتوانند تبدیل به فضای تخصص حرفه ای شوند که تأمین کننده ارتباطات همزمان میان ذینفعان آن حوزه را تشکیل میدهد. ظرفیتی که شبکه- های اجتماعی در ارتباطات انسانی به وجود می آورند بالاست. برای مثال ظرفیتی که یک پزشک در محدوده یک شهر به عنوان یک متخصص دارد و ظرفیتی که او را به شبکه‌های متصل کند که دسترسی به همه پزشکان متخصص در ظرفیت ملی را دارد دو ظرفیت متفاوت است.

**جهانی و فرامرزی بودن:** از ویژگیهای منحصر به فردی که فضای مجازی را از دیگر رسانه ها ممتاز میسازد جهانی بودن آن است هر فردی در هر نقطه از جهان میتواند از طریق آن به آسانی به جدیدترین مطالعات دست یابد مرزهای جغرافیایی تا کنون نتوانسته از گسترش روز افزون فضای مجازی جلوگیری کند؛ لذا هر نوع فیلتر و مرزبندی در برابر آن دشوار به نظر میرسد.



دستیابی آسان به آخرین اطلاعات: با استفاده از این فضای سایبری میتوان به سرعت آخرین اطلاعات در همه زمینه های عمومی و تخصصی دست یافت.

**جذابیت و تنوع:** فضای مجازی برای تاثیر گذاری بیشتر و سرعت بالاتر در همه امور خصوصاً انتقال مفاهیم ، رسانه ها ، فیلم ، متن ، عکس و هر هنر دیگری را برای گیرایی خویش به کار می گیرند که همه آن ها یک

جا در اختیار این فضا قرار دارد و هیچ فیلتر و محدود سازی نمیتواند مانع آن گردد و ویژگی منحصر به فرد آن مشتری مداری محض است.

## ۲- فرصت ها و تهدیدهای شبکه های اجتماعی فرصت های فضای مجازی:

فضای مجازی در بسیاری از موفقیتها و پیشرفتهای جامعه در عرصه های خدمات مختلف علوم و بهبود زندگی مردم نقشی قابل اعتنایی داشته است و دارای فرصت های ارزشمند و مفیدی است که باید در جهت ارتقای علمی و افزایش آگاهی ها در حوزه های مختلف از آن بهره برد.

**حوزه شهر الکترونیک:** شهر الکترونیک شهری است که اجرای غالب فعالیتهای آن از طریق امکانات مبتنی بر اینترنت و سیستمهای الکترونیک به روز امکان پذیر باشد و شهروند الکترونیک فردی است که توانایی استفاده از فناوری اطلاعات را در انجام امور روزمره خود داشته باشد و بتواند خدمات مورد نیاز را با استفاده از سیستم های الکترونیکی از ادارات و مؤسسات ذی ربط دریافت نماید و نیاز خود را برطرف سازد. در شهر الکترونیک فعالیتهای مهمی از قبیل فعالیتهای بانکی در پرداخت قبوض و انتقال پول فعالیتهای اداری در ثبت اسناد و املاک و درخواست گذرنامه فعالیتهای تفریحی در بازیهای رایانه ای و بازدید از موزه ها و پارک ها فعالیت های علمی در تحقیقها فعالیتهای آموزشی در آموزش از راه دور و فعالیت



های سیاسی با حضور در انتخابات با تکیه بر ویژگیها و فرصت های مثبت فضای مجازی اتفاق می افتد و نتایجی از جمله کاهش هزینه های اقتصادی و اجتماعی، کاهش مصرف منابع سوختی برای وسایل نقلیه به خاطر تردهای کمتر، کاهش آلودگی هوا کاهش ترافیک و به تبع آن کاهش استهلاک وسایل نقلیه، کاهش رفت و آمدهای غیر ضروری درون شهری و به دنبال آن آرامش روانی بیشتر کاهش هزینه های بالای چاپ و نشر و صرفه جویی در استفاده از منابع زیست محیطی لازم برای تولید کاغذ را در بر دارد.

**حوزه آموزش:** در سالهای اخیر یکی از مظاهر مهم فناوری اطلاعات در بعد آموزش متجلی شده است که عمده فعالیتهای آن در بستر رایانه و شبکه اینترنت اجرا می گردد. این روش آموزشی به دلیل برخورداری از امکاناتی نظیر حذف محدودیت

های زمانی و مکانی و عدم نیاز به حضور در مرکز آموزشی و کلاسهای درسی و به تبع آن امکان استفاده آسان و گسترده، متقاضیان با استقبال خوبی مواجه شده است و در صورت رفع برخی کاستیها و تقویت زیر ساخت ها میتواند به افزایش بهره وری آموزشی و سطح علمی جامعه کمک شایانی کند.

استفاده از آموزش مجازی مزایای فراوانی از جمله عدم وابستگی به زمان و مکان خاص عدم نیاز به حضور فیزیکی استاد و دانشجو کاهش هزینه ها با حذف هزینه رفت و آمد افزایش سرعت در یادگیری و آموزش به دلیل چندرسانه ای بودن و سهولت دسترسی به منابع آموزشی دارد. از جمله امتیازات مهم استفاده از فضای مجازی در آموزش افزایش دسترسی به منابع دیجیتال است. رشد انفجارگونه فناوری اطلاعات راه های دسترسی به اطلاعات را به صورت بی سابقه ای گسترش داده است امروزه دسترسی آزاد به اطلاعات جهانی از راه دور به صورت یک امر رایج یا ضرورت درآمده است؛ چرا که نیاز محقق امروز تنها منحصر به منابع چاپی و سنتی نیست، بلکه در دسترس بودن و به روز بودن اطلاعات به شکل الکترونیکی یک ضرورت است همچنین به سبب ویژگی در دسترس بودن برای همه نامحدود بودن به فضا و زمان خاص و نیز نشر سریع و همه گیر آن همواره در معرض بازنشر محتوا قرار می گیرد.

از دیگر فرصت های فضای مجازی برای آموزش ادغام فضای مجازی و واقعی هستند در محیط مجازی امکان ارائه دادههای پیچیده به دانش آموزان وجود دارد که با تسهیل شیوه های دسترسی به این داده ها می توان در کنار سرگرم کننده بودن امکان یادگیری آسان را برای آنها فراهم کرد. هم چنین دانش آموزان و دانشجویان می توانند از طریق تعامل با اشیای موجود در محیط مجازی دادههای بیشتری را استخراج نموده و به دامنه دانش خود بیفزایند. به عنوان مثال میتوان به استفاده از واقعیت مجازی در آموزش جراحی اشاره کرد که دانشجویان روشها و تکنیکهای جراحی را بر روی یک بدن سه بعدی انسان تمرین میکنند و یا اعضای مختلف بدن را به منظور بررسی عملکرد آنها در این فضا مورد بررسی قرار میدهند.

از طرف دیگر یادگیری الکترونیکی شیوه ای برای طراحی، تدوین، ارائه و ارزشیابی آموزش است که از قابلیتها و امکانات الکترونیکی برای کمک به یادگیری بهره می گیرد و از زمان پیدایش اینترنت و گسترش این پدیده فناوری و استفاده از قابلیتهای آن ایجاد گردیده است و تکامل یافته شیوه آموزش از راه دور و برطرف کننده نیاز انسانهای کاوشگر و خواهان یادگیری است؛ به ویژه اینکه زمان و مکان در این شیوه آموزش اختیاری است. آموزش و یادگیری الکترونیک امروزه توجه بسیاری از دست اندرکاران آموزش را به خود جلب نموده و از مباحث مهم در فضای مجازی است. یکی از ایده های ضروری برای ایجاد تعامل در موقعیتهای آموزشی کاربرد مواد آموزشی مبتنی بر رسانه های دیجیتال است؛ چرا که از طریق این نوع مواد امکان ارائه و انتقال اطلاعات به حافظه کلامی و تصویری وجود دارد. ارائه مطالب آموزشی در قالب مواد آموزشی از قبیل فیلم، پویانمایی، بازی و گردش علمی الکترونیکی زمینه بازنمایی تصویری مفاهیم در ذهن یادگیرنده را فراهم میسازد و یادگیرندگان در برابر این نوع مواد آموزشی، تأثیر پذیری بیشتری از خود نشان میدهند.

**فضای نامحدود:** مسافتهای جغرافیایی درون فضای مجازی وجود ندارد و از این جهت شبکه های کامپیوتری افراد را قادر میسازند با هم تعامل داشته باشند و مهم نیست که کجا حضور دارند.

**کثرت جوامع:** تعامل با بستگان به فرد کمک می کند تا بتواند با صدها و شاید هزاران نفر ارتباط برقرار نماید برای مثال افراد با قرار دادن یک پیام در وبلاگ صفحه گفتگو یا سایت شبکه ای اجتماعی که توسط تعداد بیشماری از دیگر کاربران خوانده میشود با یکدیگر و در یک آن مرتبط شوند.

**ارتباط متنی** : با وجود کمبود کیفیت احساس در ارتباط متنی هیچ یک از شیوه های تعامل نوشتاری نباید به عنوان یک ابزار قدرتمند برای خود اظهاری و ارتباط درون فردی دست کم گرفته شود. ایمیل ها چت های، آنلاین پیامهای فوری و وبلاگهای پیوسته در صدر رایج ترین نوع تعامل اجتماعی قرار دارند نوشتن افکار شخصی و خواندن افکار فرد دیگر یک راه منحصر به فرد برای ارائه مشخصه فردی درک شاخصهای ارتباط آنلاین و ایجاد رابطه هاست. برخی افراد احساس می کنند که می توانند نظر خود را با نوشتن بهتر ابراز کنند.

توانایی ثبت و ضبط یک مزیت واضح و عملی هر نوع ارتباط تایپی این است که نوشته همواره قابلیت ذخیره شدن بر روی دیسک یا، نوار پرینت یا بایگانی شدن به عنوان یک فایل استاندارد را داراست ارتباطشان را که این توانایی ثبت کمک میکند که افراد در فضای مجازی بتوانند هر گوشه ای از میخوانند، بسنجند و دوباره ارزیابی نمایند. همچنین میتوانند از نوشته های نقل قول شده به عنوان بازخورد به دیگران استفاده نمایند.

**سرعت تبادل اطلاعات** : در فضای مجازی این سهولت و سرعت وجود دارد که از این راه پیامها هر چند با فواصل بسیار طولانی انتقال داده میشوند اشخاص میتوانند پیامها را در یک بازه زمانی بسیار کوتاه فرستاده و دریافت نمایند این خیلی مهم است؛ به ویژه در تجارت این که از کجا و چگونه افراد میتوانند با سرعت هر چه بیشتر با هم ارتباط برقرار کنند.

**سرگرمی** : اینترنت در قالب فیلم ها، بازی های ویدیویی، موسیقی، کتب آنلاین، مجلات و گفتگوهای آنلاین به مردم سرگرمی ارائه می دهد؛ از این اینترنت یک منبع سرگرمی برای میلیونها نفر در سراسر جهان شده است، زیرا ارائه دهنده انواع بسیاری از سرگرمیهای قابل دسترس و ارزان است؛ البته سرگرمی گاهی می تواند ابعاد منفی و مخربی نیز داشته باشد مثل بازیهای ویدیویی که ممکن است باعث تقویت خشونت و پرخاشگری و ترس گردد.

**مقدار نامحدود اطلاعات: فراهم آورده شده** : فضای مجازی توانایی مردم در بهتر آگاهی دادن به همدیگر را رصد و آن را به طور شگرفی تقویت کرده است. بر این اساس مردم می توانند از طریق تعداد زیادی از روزنامه های، آنلاین، مجلات کتابها و تابلوهای اعلانات، هر اطلاعاتی که میخوانند را بدون حد و مرز به دست آورند.

**توانمندسازی** : اینترنت می تواند باعث توانمند ساختن کاربران گردد؛ زیرا استفاده از آن تأثیرات قدرتمندی بر طرز فکر اشخاص میگذارد زمانی میتوان از توانمندسازی کاربران صحبت کرد که در حال اشاره به توسعه و ترقی کامل نیرو و ظرفیت انسانی بود که این به معنای رهایی از قضاوتهای یک طرفه تعصبات اجبارها، دشمنی ها، عدم اعتماد به نفس درک پایین و آسان پذیری دیگر عقاید است. هم چنین اینترنت به افراد این اجازه را میدهد که تخصص و ایده های خویش را بسازند؛ لذا به ارتقای خلاقیتها و شاخصهای فردی کمک خواهد شد.

**مساوات و برابری** : اینترنت بین مردم از لحاظ جنسیت طبقه اجتماعی یا نژاد تبعیض قائل نمی شود و به افراد این فرصت را میدهد که ایده ها و نظرات خود را بیان کنند؛ لذا هر کس میتواند به نشر نظرات نیازها و علاقه مندی های فردی خود بپردازد.

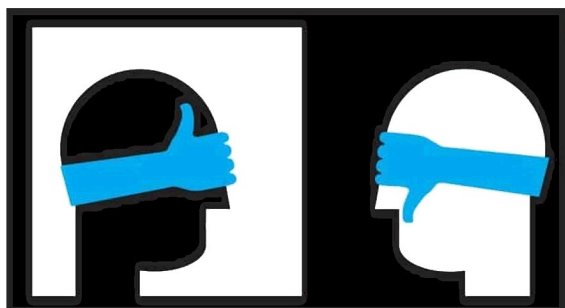
**کاهش تأثیر هاله ای:** در فضای مجازی مردم نمی توانند شخصیت دیگر افراد را با توجه به ظاهر فیزیکی آنها قضاوت کند. این صفحه الکترونیکی، کاربر را از هر گونه تأثیر تعامل چهره به چهره دور می سازد؛ زیرا درک ویژگی یک فرد مثل ظاهر یا خصیصه های یک فرد متأثر از درک ویژگی دیگر افراد یا اشیا نیست.

### آسیب های فضای مجازی:

بیشتر تحقیقات انجام شده در حوزه فضای مجازی نشان می دهد اکثریت کاربران در ایران به نسل جوان و نوجوانان مخصوصاً قشر دانش آموز و دانشجو اختصاص دارد. بنابر یک تقسیم بندی نسلی، نسل سوم (پس از انقلاب) بیشتر کاربران اینترنتی در ایران بوده و بیش از نسل های دیگر در معرض آثار ناشی از اینترنت قرار میگیرند

**آسیب های فردی:** این آسیب ها شامل شش مفهوم اولیه اتلاف وقت، اطلاعات بیهوده، سست شدن اعتقادات، انزوای فردی، ضعف شخصیتی و ضعف توانایی های فردی می شود. در این خصوص بیان میکند افرادی که وقت زیادی را صرف استفاده از اینترنت میکنند، کسانی هستند که در زندگی با مشکلاتی مواجه اند. این افراد با صرف زمان زیادی برای دستیابی به اطلاعاتی که در بسیاری از مواقع بیهوده است. علاوه بر اتلاف وقت خود دچار آسیب های این شبکه نیز می شود. به وضوح و تجربه می توان دریافت که استفاده از این شبکه های اجتماعی و سایر شبکه نظیر آن با از میان برداشتن پرده ها و موانع حجاب ها و وصل کردن همه اعضای آن بدون هیچ محدودیتی به همدیگر، باعث رنگ باختن برخی ارزش ها شده است.

**آسیب های خانوادگی:** این آسیب ها شامل کاهش روابط و تعاملات خانوادگی چالش ها و تعارضات فرهنگی، ناسازگاری با خانواده، رفتارهای نابهنجار در محیط خانواده، گسیختگی عاطفی از خانواده و افزایش مشکلات خانواده است. فعالیت افراد در این شبکه ها موجب به وجود آمدن یک وضعیت دو فرهنگی برای آنها می شود. از یک طرف فرهنگ بومی که در آن رشد کرده اند و از طرف دیگر مواجه شدن با فرهنگی که ساخته و پرداخته هدایت گران اصلی شبکه های اجتماعی مجازی است قرار گرفتن در این وضعیت، منجر به ایجاد چالش ها و تعارض های فرهنگی می شود، زیرا در این موقعیت به وجود آمده، انتخاب بسیار سخت می شود. استفاده از اینترنت موجب احساس بدبختی، تنهایی، گسیختگی از خانواده و به طور کلی کاهش سلامت روانی می شود، بنابراین می توان گفت گسیختگی عاطفی نیز از دیگر آسیب های خانوادگی شبکه های اجتماعی مجازی محسوب می شود.



**آسیب های اجتماعی:** دی فلور و بال روکیچ در الگوی خویش درباره وابستگی به رسانه ها بر این باورند که شرط مهم برای بروز اثرات، میزان وابستگی به بعضی رسانه های ارتباطی است. بدین صورت که

کاربر اینترنتی با وابسته شدن به اینترنت فرصت کمتری برای پرداختن به جامعه دارد و این ممکن است باعث کم اهمیت شدن روابط اجتماعی نزد کاربر اینترنتی و در نتیجه کاهش ارزشهای زندگی اجتماعی شود. آسیبهای اجتماعی دارای شش مفهوم اولیه کاهش روابط اجتماعی واقعی، انزوای اجتماعی، تغییر اعتقادات، الگوهای فرهنگی، شکستن هنجارهای جامعه، مسئولیت گریزی و ایجاد مشکلات اجتماعی و اشاعه فساد و بی آبرویی است. مطالعات پژوهشگران بسیاری نشان میدهد که استفاده از اینترنت سبب ایجاد احساس تنهایی و انزوای اجتماعی و دوری از خانواده و به طور کلی کاهش سلامت روانی میشود. انزوای اجتماعی از لحاظ مفهومی در تقابل با درگیری، اجتماعی انسجام اجتماعی و سرمایه اجتماعی قرار دارد و با از خودبیگانگی احساس تنهایی و کناره گیری نزدیکی مفهومی دارد بر این اساس فرد از ورود به جامعه دوری می کند و اوقات خود را بیشتر در انزوا و تنهایی و سرگردانی در فضای مجازی طی میکند و از ورود به اجتماع واقعی طفره می رود وسعت عمل و انعطاف پذیری بیحد فضای مجازی گاهی منجر به تغییرات اساسی در ارکان جامعه شده است چراکه آشنایی با دیگر جوامع خواسته یا ناخواسته هنجارهای جدید به ارمغان می آورد تا آنجا که هنجارها و ارزشهای جامعه خودی در آن محدوده کمرنگ می گردد افرادی که مدام در این شبکه ها سرگردان است دیگر وقتی برای انجام مسئولیتهای اجتماعی خود باقی نمی گذارد قبول و انجام مسئولیت با تنش و رنج حاصل از آن همراه است، در صورتی که فعالیت در فضای مجازی با احساس لذت توأم است. همین نکته باعث می شود که فرد به دنبال لذت جویی از مسئولیتهای اجتماعی، خود شانه خالی کند از دیگر آسیبهای اجتماعی این شبکه ها اشاعه فساد و بی آبرویی است؛ زیرا فضای مجازی فاقد ابزارهای کنترلی است و کاربران آن آزادانه میتوانند هرگونه اطلاعاتی را با همدیگر تبادل کنند.

**آسیب های تحصیلی :** منظور از آسیبهای تحصیلی شامل چهار مفهوم اولیه افت تحصیلی، کم توجهی به امور تحصیلی، کاهش زمان مطالعه و سرقت علمی است. فعالیت بیش از حد فرد در این شبکه ها با اتلاف وقت همراه است و در نتیجه زمان مطالعه فرد نیز کاهش پیدا می کند که این خود یکی دیگر از آسیبهای تحصیلی این شبکه ها بر سلامت روان دانش آموزان است بر این اساس، هر چه انسان به تنوع فضای مجازی بیشتر توجه کند و بیشتر آن را فرا گیرد وقت کمتری را به کسب و به کارگیری مهارتهای لازم برای فضای غیر مجازی اختصاص می دهد.

القای ضدارزشها به جای ارزشها : رسانه ها قادرند احساس شخص از واقعیت را تغییر دهند و با تأثیرگذاری بر افکار و روان مخاطبان خود، به راحتی نوع دیدگاه و سلیقه و حتی توقعات مردم را متحول سازند گرنبر معتقد است درس هایی که بینندگان از تلویزیون می آموزند احتمالاً در آینده پایه هایی برای جهان بینی وسیع آنها میشود رسانه ها منابع معناداری از ارزشهای عمومی، عقاید قالبی، ایدئولوژی و دیدگاه ها را به مخاطبان تحمیل می کند.

**قدرت تأثیرگذاری:** فضای مجازی محدود به تغییر ارزشها تنها در حوزه تضعیف ارزشها و ارزشهای جایگزین در رفتار بینندگان نیست بلکه این رسانه قادر است در حوزه های مربوط به حریم های خصوصی افراد نیز به طور خاص تغییراتی ایجاد کند و گاهی به فرد بدون اینکه در جریان باشد تحمیل می شود یعنی وجدان آدمی

را دستکاری می کند. چنین تغییراتی بسترهای مناسبی برای آسیب رسانی علیه خانواده و پیامدهای ناگوار آن فراهم می سازد . مسئله مهم اینجاست که یک رسانه هیچ گاه ابزار خنثی و یک میانجی بی طرف در ارائه تصویر به حساب نمی آید، رسانه متکی به زبان و معناست و زبان و معنا نیز در چارچوب، گفتمان همواره متکی بر قدرت است لذا بازنمایی حوادث توسط

رسانه ها جدای از بحث اخلاقی و غیر اخلاقی بودن آن سوگیری ایدئولوژیک دارد و در راستای تضعیف یا تثبیت قدرت و گفتمان ویژه ای گام بر می دارد.

**الگودهی فضای مجازی:** یادگیری از راه مشاهده یکی از تئوریهای است که رفتار الگوهای بینندگان را در بروز رفتارهای نابهنجارانه تبیین می کند. الگوهایی که امروزه افراد برای خود برمی گیرند و از رفتارهای آنها پیروی میکنند الگوهایی هستند که رفتار آنها با ارزشها و هنجارهای اجتماعی انطباق ندارد بندورا معتقد است عوامل مختلفی کنترل رفتار انسان را در دست دارد که سبب بروز چنین رفتارهای نابهنجارانه ای می شود به اعتقاد بندورا مطابق دیدگاه یادگیری اجتماعی مردم نه به وسیله نیروهای درونی رانده می شوند نه محرک های محیطی آنان را به عمل سوق میدهند بلکه کارکردهای روانشناختی بر حسب یک تعامل دو جانبه بین شخص و عوامل تعیین کننده محیطی تبیین میشوند به طور دقیق شخص، محیط و رفتار شخص بر هم تأثیر تأثر متقابل دارند و هیچ کدام از این سه جزء را نمی توان جدا از اجزای دیگر به عنوان تعیین کننده رفتار انسان به حساب آورد. فضای مجازی خود را با سرعت ناباورانه ای به عنوان بخشی از فرهنگ جامعه به خانواده ها عرضه می کند. بدین شیوه فضای مجازی به منبعی مهم برای الگوپذیری تبدیل می شوند و مخاطبان را سمت الگوهایی سوق می دهند که این الگوها می تواند متمایز از الگوهای غالب و مسلط در جامعه باشد.

**اختلال در برنامه ریزی:** یکی از آسیب های اینترنت اخلال در برنامه ریزی و اعتیاد به آن است؛ اعتیاد به اینترنت می تواند مشکلات جدی تحصیلی و خانوادگی برای مخاطبان به وجود آورد. اگر استفاده کنندگان از اینترنت نتوانند به مدت یک ماه دوری از اینترنت را تحمل کنند در معرض خطر اعتیاد به آن قرار دارند و متأسفانه ما شاهد این پدیده در میان جوانان هستیم؛ به طوری که برخی از جوانان شبها را تا صبح با اینترنت می گذرانند و تمام صبح را خواب و این مسئله آغازگر آسیب های متعدد دیگر نیز می شود. از جمله این آسیب ها میتوان به آسیبهای خانوادگی، ارتباطی، عاطفی، روانی جسمی و اقتصادی اشاره کرد.

اختلال در شکل گیری شخصیت: عناصر سه گانه، هویت یعنی شخص، فرهنگ و جامعه هر یک در تکوین شخصیت فرد نقش مهمی را ایفا میکنند هویت شخصی ویژگی بی همتای فرد را تشکیل می دهد. هویت اجتماعی در پیوند با گروه ها و اجتماعات مختلف قرار گرفته و شکل گیری آن، متأثر از ایشان است؛ و در نهایت هویت فرهنگی برگرفته از باورهایی است که در عمق وجود فرد به واسطه تعامل او با محیط پیرامون و آموزه های آن از بدو تولد تا کهنسالی جای گرفته است. از آنجا که فضای سایبری، صحنهای فرهنگی و اجتماعی است که فرد خود را در موقعیتهای متنوع نقشها و سبکهای زندگی قرار میدهد خود زمینه ای است برای آسیب پذیری شخصیت کاربر که در نتیجه موجب چند شخصیتی شدن کاربر خواهد شد. در فضای سایبر بیش از آنکه هویت ظاهری فرد مطرح شود درون مایه های افراد بروز میکند هر کس در صدد بیان اندیشه ها و علاقه مندی های خویش است. مطرح نشدن هویت شخصی و مشخصات فردی در اینترنت موجب تقویت شخصیتهای چندگانه و رشد و استحکام آن می شود.

**آسیب به تربیت و هویت دینی:** فضای مجازی محیط بی مرزی است که فقدان نکات تربیتی در کنار آن و بی توجهی به امر تربیت فرزندان، به ویژه تربیت دینی و اخلاقی آنان میتواند بحران های عدیده ای به وجود آورد و باعث تشدید تضادهای اجتماعی شود. فناوری اطلاعاتی، سبک زندگی جامعه را تحت تأثیر قرار داده و الگوهای اوقات فراغت را به ویژه در سنین پایین متحول کرده و راه های دسترسی به اطلاعات و دانش را جابه جا کرده اند. فضای مجازی از طریق ترویج

سبک زندگی غربی آزادی و بی بندوباری در میان افراد و هم چنین اشاعه موضوعات غیر اخلاقی، بستر را برای تضعیف بینش دینی آنان فراهم آورده و آنان را از مسیر صحیح و شایسته زندگی منحرف می کنند. سرانجام آنان را به فساد اخلاقی و ناهنجاری و بی توجهی به آموزه های دینی و سهل انگاری در انجام واجبات دینی می کشاند.

**تعارض ارزش ها :** تغییرات تکنولوژیکی ارزشها و هنجارهای اجتماعی را تحت تاثیر خود قرار داده است . یکی از این چالش های فرا روی فرهنگ ها برخورد با این پدیده است. چون اساسا ورود اینترنت همراه با ارزش های غربی چالش های جدیدی را در کشورهای دیگر به وجود آورده است . ورود اینترنت در حوزه خانواده موجب تغییر نظام ارزشی در خانواده ها می شود. در یک مطالعه تجربی نشان داده شده است که استفاده جوانان از اینترنت موجب کاهش های خانواده شده است. **شکاف نسل ها:** اینترنت شکاف میان نسل ها را بیشتر کرده است و اکنون فاصله میان نسل دوم و سوم علاقه مند به اینترنت نیز آشکار شده است ؛ به گونه ای که هیچ یک زبان دیگری را نمی فهمند. امروزه با ورود وسایل و فناوریهای جدید به عرصه خانوادهها ، شاهد این هستیم که والدین و فرزندان ، ساعت های متمادی در کنار یکدیگر مینشینند ؛ بدون اینکه حرفی را برای گفتن داشته باشند. ما دیگر نشانه های کمتری از آن نوع خانواده ها داریم که والدین و فرزندان دور هم نشسته و درباره موضوعات مختلف خانوادگی و کاری با هم گفت و گو کرده و دیدگاه یکدیگر را درباره موضوعات مختلف جویا شوند. در شرایط فعلی ، روابط موجود میان والدین و فرزندان به سردی گراییده و دو نسل به دلیل داشتن تفاوت های اجتماعی و تجربه های زیستی مختلف ، زندگی را از دیدگاه خود نگریسته و مطابق با بینش خود آن را تفسیر می کنند. نسل دیروز ( والدین )، احساس دانایی و باتجربگی می کند و نسل امروز(فرزندان ) که خواهان تطابق با پیشرفت های روز است ، در برابر آنها واکنش نشان می دهد و چون از پس منطق و نصیحت های ریشه دار و سرشار از تجربه آنها بر نمی آید ، به لجبازی روی می آورد .

**بحران هویت :** در سالهای اخیر تقابل زندگی مدرن با سنت های بومی آن چنان روند شتاب آلودی به خود گرفته است طوری که افراد جامعه و به ویژه نوجوانان و جوانان دشوارترین شرایط را از لحاظ اجتماعی شدن و فرهنگ پذیری تحمل می کنند و با نوعی نابهنجاری دست به گریبانند که نتیجه آن بروز بحران هویت است یکی از مهمترین عوامل ایجاد بحران هویت در میان افراد آثار منفی و تهدیدهای فضای مجازی و اینترنت است که سبب بروز اختلال در شکل گیری شخصیت آنان می شود. نمونه هایی از شاخص های بی هویتی که نتیجه استفاده نادرست از فضای مجازی است را می توان در گرایش به موسیقیهای غربی، گرایش به مدهای وارداتی تغییر الگوهای پوشش بدحجابی، گرایش به اعتیاد، بزهکاری قانون گریزی و هزاران نمونه دیگر از وجود بحران هویت در میان این نسل جامعه مشاهده کرد.



### ۳- فضای مجازی و نظام سلطه

رسانه ها در جوامع امروز به دلیل گستردگی دامنه نفوذ و تنوع تکرر رسانه ای، بیش از آنکه در خدمت آگاه سازی و حقیقت نمایی باشند، به عنوان ابزاری سیاسی و امنیتی ایفای نقش می کنند. در هر فرایند ارتباطی که بین کشورهای سلطه گر و کشورهای هدف برقرار می شود، همیشه منافع و نیازهای کشورهای سلطه گر تامین می شود. در کشورهای سلطه جو برای حاکمیت در جوامع هدف، به جای تحمیل ارزش های مطلوب خود می کوشند از طریق رسانه ها و اقدامات فرهنگی، نظام هنجاری گروه هدف را به سمت مطلوب خود تغییر دهند. ایجاد تغییر در این حوزه زمینه را برای تغییر ارزش ها و هنجارها در جوامع هدف مطابق با نظام مطلوب جریان سلطه فراهم می سازد. فضای سایبر و مجازی یکی از رسانه های قدرتمندی است که در دست کشورهای بزرگ و در راس آنها امریکا قرار دارد که از آن برای براندازی نظام های مردمی و مخالف استکبار استفاده می گردد. این مقاله تلاشی در جهت تبیین سلطه ی رسانه ای و جنگ نرم است. قدرت سلطه گر و تروریسم ها، با استفاده از رسانه ها بخصوص شبکه های اجتماعی مجازی، فضای ذهنی گروه های هدف را در جهت اهداف و خواسته های حاکمان شکل می دهند. هدف و مخاطب اینگونه برنامه ریزی ها الزاما مردم کشورهای بیگانه یا نیروهای دشمن نیست و مردم کشور خودی نیز به عنوان هدف این فعالیت ها قرار داده می شوند. دولت ها و قدرت های مسلط همچنین با بهره گیری از فضاهای مجازی می توانند به ناآرامی، آشوب و نافرمانی و... در کشور هدف دامن زده و سیستم سیاسی یک کشور را به مبارزه طلبند.

از گذشته تا کنون کشورهای زیادی در جهان به طور مستقیم یا غیرمستقیم تحت استعمار دیگر کشورهای صنعتی و غربی بوده اند، اما مستعمره بودن چه تاثیری بر یک کشور می گذارد؟ استعمار شبیه به یک گاریچی عمل می کند که دستی به شلاق و دستی به افسار اسب ها دارد؛ کشورهای مستعمره گویی اسب هایی هستند که تمام توانشان را فدای اهداف گاریچی می کنند. استعمارگر نیروی کار، نیروی تولید و تمام قوای یک کشور را به نفع خود مورد استفاده قرار می دهد و کشور مستعمره را از توسعه، جهش و حرکت به سوی پیشرفت و صنعتی شدن باز می دارد.

چه چیزی باعث شکل گیری استعمار و تشدید آن خواهد شد؟ عواملی چون اعتقاد به برتری نژادی و ذاتی در بین کشورهای استعمارگر، نادیده گرفتن واقعیت های جهان توسط این کشورها و همچنین میل به قدرت طلبی و ثروت اندوزی، به آن ها دست اندازی به دیگر کشورها را توجیه می کند. این عوامل نه تنها در استعمار به شکل کهن خود بلکه در استعمار مجازی نیز وجود دارد. کشورهای سفید پوست امروز صاحبان حداکثری فضای مجازی هستند و کنترل این فضا و مدیریت آن در دست آن هاست؛ همین کشورها از بیشترین میزان سرعت اینترنت برخوردارند. آن ها می توانند تعیین کنند که مصرف کنندگان اینترنت چه ببینند، چه بخوانند، چه منتشر کنند و...

قدرت طلبی در فضای مجازی با مدیریت این فضا محقق می شود همچنین با افزایش روحیه مصرف گرایی در جوامع هدف، استعمارگران مجازی علاوه بر تحت کنترل قرار دادن کشورهای مستعمره خود از طریق فروش محصولات و خدمات خود به ثروت اندوزی مشغول هستند.

## تغییر شکل استعمار از گذشته تا کنون

به طور کلی می توان استعمار را به لحاظ تاریخی به سه دسته تقسیم کرد:

۱. استعمار کهن: منظور از استعمار کهن سلطه بعضی از کشورها بر بعضی دیگر است که دلایل و منافع اقتصادی و سیاسی داشت. این استعمار با حضور فیزیکی و روش های نظامی از جمله حضور سربازان کشور استعمارگر در مستعمره و عواملی از این دست بود که قدیمی ترین شکل استعمار محسوب می شود.

۲. استعمار نو: استعمار نو دیگر ملزوم به استفاده از روش های نظامی و حضور فیزیکی سربازان که سلطه فیزیکی را به وجود می آوردند نیست بلکه لازمه آن صدور سرمایه به کشور-های استعمارگر و در طی آن وابستگی اقتصادی کشور تحت استعمار بود. حضور فیزیکی در این نوع استعمار محدود بر حضور حامیان کشور استعمارگر است.

۳. استعمار فرانو: این نوع از استعمار بیش از هر چیزی به واسطه رسانه صورت می گیرد به طوری که می توان از این استعمار به عنوان استعمار رسانه ای نیز یاد کرد چرا که در این نوع استعمار هیچ حضوری (اعم از حامیان و نظامیان) دیده نمی شود. به عبارت دیگر در این نوع از استعمار، کشور استعمارگر از حاکمان سیاسی رد می شود و به واسطه رسانه ها «هویت فرهنگی» کشور مستعمره را به مرور دچار تغییر می کند. این فرآیند در نهایت به خود باختگی فرهنگی منجر می شود؛ لازم به ذکر است که استعمار مجازی در بستر استعمار فرانو شکل گرفته است.

### استعمار مجازی چیست!؟

بعد از تعریف استعمار، این سوال پیش می آید که پدیده ای که با عنوان استعمار مجازی شناخته می شود با استناد به چه ویژگی هایی در تعریف استعمار می گنجد؟

اول: استعمار همواره همراه با یک سلطه جویی است. چه چیزی در استعمار مجازی مورد سلطه قرار می گیرد؟ همانگونه که منابع طبیعی و نیروی کار در استعمار کهن مورد سلطه واقع می شد و در استعمار نو قدرت سیاسی و اجتماعی حکومت ها مورد سلطه قرار می گرفتند، در استعمار مجازی نیز استقلال فکری و به عبارتی هویت کاربران فضای مجازی به صورت مستقیم و غیر مستقیم مورد سلطه قرار می گیرد. به این صورت که فرد خودآگاه یا ناخودآگاه در زمان حضور در فضای مجازی، خود را در قالب یک شهروند آمریکایی بازتعریف می کند. یعنی عملکردی مشابه با عملکرد یک شهروند آمریکایی را از خود بروز می دهد و به دنبال ایجاد اشتراکات فرهنگی-اجتماعی بین خود و شهروندان آمریکایی است. این همان فرآیندی است که پیش تر گفتیم به مرور موجب باز تعریف هویتی آنها از خویش می شود. حجم اطلاعاتی که کاربران در فضای رسانه ای به خصوص در فضای مجازی رصد می کند شخص را به سمت شهروند مطلوب جامعه آمریکایی سوق می دهد.

دوم: ابزار این اعمال سلطه چیست و بازیگردانان این پدیده چه کسانی هستند؟

اعمال اصلی و رایجی که با آنها در اینترنت روبه رو هستیم را مرور کنید؛ هر کدام را که در نظر بگیریم در ادامه نام یکی از ابر سایت و پایگاه های اینترنتی را به همراه دارند. ما تا زمانی که به تولیدگری در این عرصه وارد نشویم، ناچاریم برای انجام کارهای روزمره به این درگاه های بین المللی متصل شویم. ساده لوحانه است اگر به بسترهایی مانند گوگل، یاهو، توئیتر،

یوتیوب و موارد بیشتر دیگر صرفاً نگاه ابزاری داشته باشیم. گوگل که به ظاهر یک موتور جستجو است در مناسبت های خاصی مانند روز همجنسگرایان لوگوی خود را تغییر می دهد؛ همین عمل ساده به معنای جهت دهی به ارزش های تمام کاربرانی است که به صورت روزانه در حال استفاده از گوگل هستند. اینکه مدیران این سایت در مناسبت های خاصی مانند روز-های مربوط به همجنسگرایان لوگوی خود را متناسب با آن روز و مناسبت تغییر می دهد، یک قدم مخاطب را به سمت جامعه آمریکایی سوق می دهد؛ بلی این یعنی آمریکایی شدن! سایر بسترهای تولید محتوا نیز با استفاده از تکنیک های مختلف در همین راستا حرکت می کنند. دقت کنید ۸ درگاه برتر و شاخص جهان (گوگل [۱]- بینگ [۲]- یاهو [۳]- اسک [۴]- آ ال [۵]- او [۶]- وب کراولر [۷]- مای وب سرچ [۸]) همه آمریکایی هستند و سیاست های مدنظر این کشور را در حوزه استعماری دنبال می کنند.

استعمار مجازی چیست؟!

این درگاه ها با تحلیل رفتار کاربران به صورت فردی یا کاربران چ یک جامعه به صورت جمعی، می توانند با فرمول هایی خاص، ذائقه آن فرد یا جامعه را شناسایی کنند. آن ها با شناخت رفتاری و ذائقه کاربران بسیار راحت تر از پیش می توانند برای مردم برنامه ریزی کنند؛ به مرور می توانند با برجسته کردن بعضی نیاز آنها، محصولات اقتصادی، فرهنگی، ارزشی و هنجاری خود را در قالب های متنوع به خورد مخاطب بدهند. وقتی این کار در سطح گسترده انجام شود، با یک جامعه جهانی با ذائقه و رفتار مشابه روبرو خواهیم بود. این فرآیند همان چیزی است که از آن با عنوان امپریالیسم فرهنگی و آمریکایی شدن یاد می شود که در ادامه به آن می پردازیم.

### جهانی شدن، آمریکایی شدن و استعمار مجازی

یکی از چالش های حال حاضر دنیا پدیده ای است به نام جهانی شدن. پدیده ای که هم زمان با مدرنیسم به وجود آمد و زادگاه آن غرب است اما این پدیده در غرب باقی نماند. مدرنیسم توانست با سرعت تقریباً زیادی تمام جهان را در نوردد. ارتباط جهانی شدن با آمریکایی شدن و استعمار مجازی در چیست؟ گروهی از نظریه پردازان معتقدند نقش آمریکا در فرآیند «جهانی شدن» آن قدر زیاد است که نمی توان گفت جهان به سمتی می رود که همه دارای یک فرهنگ التقاطی یا یک زبان مشترک شوند. جهان به سمت آمریکایی شدن می رود، چرا که فرهنگی که دارد در جهان غالب می شود فرهنگ آمریکایی است، این امر محدود به فرهنگ نیست بلکه تمام عناصر تشکیل دهنده جهانی شدن در واقع عناصر تشکیل دهنده یک جامعه آمریکایی به وسعت تمام کره زمین است، اما استعمار مجازی در کجای این فرآیند قرار دارد؟

### استعمار مجازی چیست؟!

استعمار مجازی در وضعیت فعلی، یکی از اصلی ترین ابزارهای آمریکایی شدن است. به عبارت دیگر همین تحت کنترل داشتن درگاه های مهم فضای مجازی، تولید محتوای هدف دار و ترویج فرهنگ آمریکایی نقش آمریکا را در فرآیند جهانی شدن به حدی می رساند که این فرآیند را آمریکایی شدن و نه جهانی شدن بدانیم. در واقع آمریکایی شدن محصول استعمار مجازی است که آمریکا آن را مدیریت می کند و پیش می برد.

## ۴- معرفی شبکه های فعال اجتماعی

### ۱- فیسبوک (Facebook)



فیسبوک (Facebook) بزرگ ترین شبکه ارتباط اجتماعی (هم از نظر تعداد کل کاربران و هم اعضای حقیقی ثبت شده) در سراسر جهان است. این شبکه اجتماعی محبوب در فوریه سال ۲۰۰۴ تاسیس و در طی ۱۲ سال موفق به جمع‌آوری بیش از ۱,۵۹ میلیارد کاربر فعال ماهانه شد. بنا بر آمارهای رسمی بیش از یک میلیون کسب و کار کوچک و متوسط از این رسانه برای تبلیغات تجاری خود استفاده می‌کنند. فیسبوک در حال حاضر حدود ۲ میلیارد و ۱۰ میلیون فعالیت ماهانه توسط کاربرانش دارد.

### ۲- یوتیوب (Youtube)



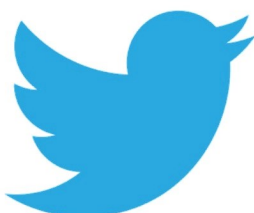
یوتیوب بزرگ‌ترین و محبوب‌ترین رسانه‌ی تصویری در بین شبکه‌های اجتماعی است که در ۱۴ فوریه سال ۲۰۰۵ با همکاری سه کارمند سابق پی پال تاسیس و بعدها در نوامبر ۲۰۰۶ به قیمت ۱,۶۵ میلیارد دلار توسط کمپانی گوگل خریداری شد. این وبسایت در حال حاضر بیش از ۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون بازدید ماهانه دارد.

### ۳- اینستاگرام (Instagram)



اینستاگرام یک شبکه اجتماعی تصویری است. این پلت فرم در ۶ اکتبر سال ۲۰۱۰ راه اندازی شد و بیش از ۴۰۰ میلیون کاربر فعال دارد و مالک اصلی آن هم فیسبوک است. تعداد بسیار زیادی از کاربران از این شبکه برای پست کردن تصاویر سفر خود، دنیای مد، غذاهای مختلف و مورد علاقه خود، هنر و سایر موضوعات مشابه استفاده می‌کنند. یکی از دلایل محبوبیت اینستاگرام به واسطه‌ی فیلترهای منحصر به فردی است که امکانات ویرایش عکس و ویدیو را ایجاد می‌کنند. تقریباً ۹۵ درصد کاربران این شبکه عضو فیسبوک هم هستند و بدین ترتیب شما می‌توانید با یک تیر دونشان را هدف بگیرید. هم اکنون اینستاگرام حدود ۸۰۰ میلیون بازدید ماهانه دارد.

### ۴- توییتر (Twitter)



توییتر در ۲۱ مارس سال ۲۰۰۶ تاسیس شد و دفتر اصلی آن در سان‌فرانسیسکو کالیفرنیا است. شاید این پرسش به ذهن شما هم رسیده باشد که ارسال پست با استفاده از حداکثر ۱۴۰ کاراکتر در توییتر، روش مناسبی برای تبلیغات تجاری نیست اما بنا بر آمار، این رسانه‌ی ارتباط اجتماعی بیش از ۳۲۰ میلیون کاربر ماهانه‌ی فعال دارد که با استفاده از همین محدودیت ۱۴۰ کاراکتری

اطلاعات خود را انتقال می‌دهند. در زمینه تجارت، مشاغل مختلف از این رسانه‌ی پربیننده برای تعامل با مشتریان خود، پاسخ‌دهی به سوالات آن‌ها و انتشار آخرین اخبار استفاده می‌کنند و هم‌زمان تبلیغات ویژه برای مخاطبین خاص خود را هم پیگیری می‌کنند.

#### ۵- ردیت (Reddit)



یک شبکه‌ی اجتماعی مربوط به اخبار و سرگرمی است. افرادی که در این سایت ثبت نام می‌کنند می‌توانند پست‌ها و لینک‌های مستقیم خود را ارسال کنند. کاربران همچنین قادر به سازماندهی و تعیین موقعیت خود را بر روی صفحات سایت با رای دادن هستند. ارسال‌هایی که بیشترین رای مثبت را کسب کرده باشند در صفحات اول و یا اصلی سایت قرار می‌گیرند. این شبکه توسط دو هم‌اتاقی به نام‌های الکسیس اوهانیان و استیو هافمن که از دانشجویان دانشگاه ویرجینیای آمریکا بودند، در سال ۲۰۰۵ تاسیس شد و در حدود یک دهه بعد تعداد کاربران ثبت شده در این وبسایت بیش از ۳۶ میلیون کاربر است و بازدید های آنلاین ماهانه‌ی آن هم بیش از ۲۵۰ میلیون نفر است.

#### ۶- واین (Vine)



واین یک شبکه اجتماعی موبایلی بین‌المللی برای آپلود و دانلود و اشتراک گذاری ویدیو می‌باشد که توسط شبکه اجتماعی توییتر پشتیبانی می‌شود. واین این قابلیت را دارد که شما بتوانید ویدیوهای زیبا و کوتاه بسازید و لحظات خوش خود را با تمامی دوستان خود اشتراک بگذارید و آنها می‌توانند ویدیو شما را لایک کنند و نظراتشان را در رابطه با ویدیو شما اعلام کنند. برای ضبط ویدئو خود کافی است به حالت دوربین بروید و با نگه داشتن انگشت خود بر روی صفحه نمایش ضبط ویدئو را ادامه دهید. هنگامی که انگشت خود را از روی صفحه بردارید ویدئو نیز متوقف می‌شود و می‌توانید صحنه‌ای در شرایط دیگری را ضبط کنید و در آخر نتیجه کار خود را با دوستانتان در توییتر به اشتراک بگذارید. بازدید های آنلاین ماهانه‌ی واین در حال حاضر بیش از ۲۰۰ میلیون نفر می‌باشد.

#### ۷- پینترست (Pinterest)



پینترست (Pinterest) یک شبکه اجتماعی نسبتاً نوظهوری است که در ماه مارس ۲۰۱۰ تاسیس شده است و در همین مدت به موفقیت خیره‌کننده‌ای دست یافته و توانسته با سبک و سیاق جدیدی که دارد، کاربران زیادی را به خود جذب کند. پینترست مبتنی بر عکس است که بسیار مورد توجه قرار گرفته و به یکی از قطب‌های انتشار عکس در دنیا تبدیل شده است. در پینترست می‌توانید به تعداد نامحدود برای خود آلبوم تصاویر ایجاد کرده و آنها را بین دیگران به اشتراک بگذارید. پینترست برای

تعداد و عناوین آلبوم ها و نوع عکس ها هیچ محدودیتی قائل نشده است. شما می توانید برای اهداف تبلیغاتی و یا جذب بیننده برای سایتتان در پینترست فعالیت می کنید. این سایت مانند یک بورد، تخته‌ای از تصاویری است که شما می‌توانید از سایت‌های دیگری که از آنها دیدن می‌کنید، سنجاق یا پین کنید.

#### ۸- آسک (Ask.fm)



یک شبکه اجتماعی جهانی است که در آن کاربران پروفایل خود را ایجاد می‌کنند و می‌توانند سوالاتشان را به دیگر افراد ارسال کنند. برای اولین بار این یک نوع رسانه اجتماعی ناشناس بود که باعث شد که سوالات ناخواسته ارسال شوند. این وبسایت در سال ۲۰۱۰ ایجاد شد و تاکنون توانسته و روز به روز پیشرفت کند و حدود ۱۶۰ میلیون بازدید ماهانه را برای خود داشته باشد.

#### ۹- تامبلر (Tumblr)



تامبلر یک وب سایت و یک پلتفرم وبلاگ است که به کاربران خود اجازه ارسال متن، عکس ها، فیلم ها، لینک ها، نقل قول ها و صدا را از طریق **tumblelog** می‌دهد. کاربران می‌توانند کاربران دیگر را دنبال، و یا **tumblelog** خود را خصوصی نمایند که استفاده از خدمات آن بسیار ساده است. تامبلر ۲۲۵ میلیون وبلاگ دارد و در حال حاضر حدود ۱۱۵ میلیون فعالیت ماهانه در آن ثبت شده است.

#### ۱۰- فلیکر (Flickr)



فلیکر یکی از بزرگ‌ترین سایت‌های اشتراک گذاری تصویر و ویدئو، خدمات وب و جوامع آنلاین است که توسط شرکت **ludicorp** در سال ۲۰۰۴ ایجاد شد و در سال ۲۰۰۵ توسط یاهو خریداری شد. این سایت به مرور به یک شبکه اجتماعی مبتنی بر عکس تبدیل شده است. فلیکر تا به حال در مجموع ۱۰۰ میلیون عضو ثابت و ۱۱۲ میلیون بازدید ماهانه فعال دارد.

#### ۱۱- گوگل پلاس (Google Plus)



یازدهمین **Google Plus** یک شبکه اجتماعی ارائه شده توسط کمپانی گوگل میباشد که در سال ۲۰۱۱ معرفی شد. شبکه اجتماعی گوگل پلاس که به **G+** هم معروف است برای اشتراک گذاری عکس و متن و لینک مورد استفاده قرار می‌گیرد. شبکه اجتماعی گوگل پلاس دارای ویژگیهای فراوانی می‌باشد. معمولاً اکثر شبکه‌های اجتماعی برای اشتراک گذاری اطلاعات بین عموم اجتماع استفاده می‌شوند ولی گوگل پلاس دارای ویژگی‌های خاصی برای بهبود کسب کار است. گوگل پلاس هم اکنون حدود ۱۱۱ میلیون کاربر فعال بصورت ماهانه دارد.

## ۱۲- لینکدین (Linkedin)



لینکدین یک شبکه اجتماعی حرفه ای است که در سال ۲۰۰۲ توسط جف وینر ایجاد شد. این شبکه اساساً برای بهبود کسب و کارهای مختلف و آشنا کردن دیگران با آن‌ها طراحی شده است. با این حال، استفاده از لینکدین تنها به این موضوع محدود نمی‌شود و کاربران این شبکه اجتماعی می‌توانند از طریق آن، با افراد دیگری که در حوزه کاری شان فعالیت می‌کنند، آشنا شوند و با آن‌ها ارتباط برقرار کنند. گوگل پلاس هم اکنون حدود ۱۱۱ میلیون کاربر فعال بصورت ماهانه دارد. لینکدین هم اکنون حدود ۱۰۶ میلیون کاربر فعال بصورت ماهانه دارد.

## ۱۳- وی کی (VK)



وی کی VK یک برنامه شبکه اجتماعی است که تمام مردم دنیا را در کنار یکدیگر جمع می‌کند و به آنها کمک می‌کند به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. شما می‌توانید در این برنامه به دوستان خود پیام دهید و ببینید اوضاع زندگی آنها چگونه است. شما همچنین می‌توانید کارهای دیگری نظیر اشتراک گذاری عکس، تماشای فیلم و گوش دادن به موسیقی را نیز انجام دهید. وی کی هم اکنون حدود ۹۵ میلیون کاربر فعال بصورت ماهانه دارد.

## ۱۴- کلاس میس (ClassMates)



این روزها انواع شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد و در این فضا اگر قصد دارید به‌عنوان یک دانشجو از خدمات این فضاها به‌صورت تخصصی استفاده کنید، ClassMates را به شما پیشنهاد می‌کنیم. این فضا یکی از قدیمی‌ترین شبکه‌های اجتماعی در جهان محسوب می‌شود که رندی کونترادز در سال ۱۹۹۵ میلادی آن را در قالب یک سرویس شبکه‌ای مشترک راه‌اندازی کرده بود و در سال ۲۰۱۰ شبکه اجتماعی تکامل یافته آن را ارائه نمود. این شبکه اجتماعی به‌گونه‌ای ساخته شده است که تمامی اعضا به‌راحتی می‌توانند دوستان مهدکودک، دبستان، متوسطه، دبیرستان و دانشگاه را در آن پیدا کنند و در حال حاضر حدود ۵۷ میلیون کاربر فعال بصورت ماهانه دارد.

## ۱۵- میت آپ (Meetup)



وب سایت Meetup (میت آپ) یک شبکه اجتماعی مجازی تأسیس شده در سال ۲۰۰۲ است که امکان برقراری ملاقات‌های گروهی آفلاین در سرتاسر دنیا را فراهم می‌کند. در Meetup کاربران می‌توانند به جستجو و عضویت در گروه‌های مختلف پرداخته و با یکدیگر در یک کلاب به صورت آفلاین ملاقات داشته باشند. گروه‌ها معمولاً در زمینه‌های کلی مانند سیاسی، کتاب، سلامتی و بهداشت، فیلم، سرگرمی، شغل‌ها، بازی و ... ایجاد شده‌اند. در واقع

Meetup مکانی است که آدم‌های با علاقمندی‌های یکسان می‌توانند یکدیگر را پیدا نموده و به صورت مجازی با یکدیگر ملاقات داشته باشند. این شبکه در سال ۲۰۱۷ بیش از ۳۲ میلیون کاربر و ۲۸۰ هزار گروه در سراسر جهان دارد.

## ۵- نقش شبکه‌های اجتماعی در تحولات سیاسی ایران

نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد تحولات و بحران‌های اجتماعی

از میان همه تأثیرات و نقش‌های مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی بر افراد و جوامع جدید و فارغ از همه آنها، مسأله‌ای که اهمیت بسیاری در بحث شبکه‌های اجتماعی داشته است، نوعی سیطره پنهان است که روابط انسانی را مسخر خویش ساخته است. حقیقت این است که جوامع امروزی، خواسته یا ناخواسته از مجموعه‌ای از شبکه‌های اجتماعی واقعی شکل گرفته‌اند که مجموعه آن در اصطلاح «جامعه» معرفی شده است؛ اما انتقال این فضا به محیط و فضای مجازی باعث می‌شود که سیطره و کنترل کامل تری بر روابط اجتماعی صورت گیرد. از این رو، سردمداران و مدعیان حاکمیت استعماری در دنیا، برای کنترل هر چه بیشتر افکار عمومی جوامع، علاوه بر گسترش رسانه‌ها، به تعاریف جدیدی از روابط انسانی نیز دست یافته‌اند تا سیطره خویش را تکمیل سازند. در واقع، به وضوح می‌توان این اهداف را در شکل‌گیری و توسعه روزافزون این اجتماعات اینترنتی مشاهده کرد.

تقریباً می‌توان گفت که بیشتر شبکه‌های اجتماعی مطرح در دنیا، از سوی مؤسسات مطرح و وابسته به ایالات متحده آمریکا تأسیس و حمایت شده‌اند و سهم دیگر کشورها در ایجاد و توسعه جهانی شبکه‌های اینترنتی بسیار کم بوده است؛ به طوری که کاربران در اقصی نقاط دنیا، رغبتی برای عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی داخلی نداشته‌اند. به دلیل استقبال بی‌نظیر و گسترده کاربران از این شبکه‌ها و بازدید دائمی هر یک از آنان از صفحه‌های خود در شبکه‌ها، اجتماع آنان توانسته است نقش بسیار مؤثر و گسترده‌ای را در ایجاد اجتماعات، تحولات و بحران‌ها با اغراض صحیح یا ناصحیح ایجاد کند؛ همچنان که اطلاع‌رسانی خوب و مناسب از همین طریق نیز توانسته است در جلوگیری از بروز بحران‌ها و حوادث مؤثر افتد. سرعت زیاد در تبادل اطلاعات و اخبار و عدم وابستگی به آداب و قواعد دست و پاگیر اطلاع‌رسانی و اخبار، از جمله ویژگی‌های مهم در این چرخه بوده است.

نقش شبکه‌های اجتماعی در تحولات سیاسی ایران

همان‌طور که گذشت، شبکه اجتماعی مفهومی است که پیش از طرح در عرصه فضای مجازی، در فضای واقعی جوامع نیز دارای مفهوم است. اما مسأله‌ای که باعث مطرح شدن چنین مفهومی در فضای جامعه ایران در ماه‌های اخیر شده است، نقش ویژه‌ای است که شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در تحولات سیاسی یک سال اخیر ایفا کرده‌اند؛ به طوری که با یک جستجوی بسیار ساده در اینترنت متوجه خواهید شد که مقالات متعدد علمی و پژوهشی در زمینه تأثیر شبکه‌های اجتماعی و به طور خاص از سوی پایگاه: توییتر، فیس‌بوک و یوتیوب در تحولات سیاسی و فرهنگی ایران منتشر گشته است.

البته گرایش‌های متفاوتی در این پژوهش‌ها مشاهده می‌شود؛ از طرفی بعضی از محققان به تمجید از آثار مثبت این گونه شبکه‌ها در اجرای پروژه استعماری «گسترش دموکراسی» پرداخته‌اند و از سوی دیگر، شاهد مطالب متعدد و متنوعی در

زمینه آثار زیان بار اجتماعی و فرهنگی این به اصطلاح خدمات مجازی در جوامع - حتی جوامع غربی - هستیم؛ به طوری که در روزهای اخیر از آثار زیان بخش فیس بوک به عنوان مطرح ترین شبکه اجتماعی اینترنتی در ایجاد فضای غیر بهداشتی در روابط جنسی در انگلستان نیز سخن به میان آمده است؛ هر چند بیشتر انتقاداتی که علیه شبکه های اجتماعی سازمان یافته، صورت می گیرد، متوجه عملکرد آنها در ارائه اطلاعات شخصی و تجاوز به حریم خصوصی افراد است.

یکی از دغدغه هایی که در سال ۱۳۸۸ همه شئون نظام مقدس جمهوری اسلامی را تحت تأثیر خویش قرار داد، هجمه برنامه ریزی شده و پرحجم نظام سلطه و راه انداختن جنگی تمام عیار برای بر هم ریختن فضای امنیت ملی و همچنین فضای فکری حاکم بر جامعه، به وسیله ابزارهایی همچون شبکه های اجتماعی بود؛ جنگی که مقام معظم رهبری از آن به «جنگ نرم» تعبیر نمودند.

مقام معظم رهبری در فرمایشات خود در تاریخ ۴ آذر ۱۳۸۸ در جمع بسیجیان سراسر کشور فرمودند: «اولویت استکبار در مواجهه با نظام اسلامی، آن چیزی است که امروز به آن می گویند جنگ نرم؛ یعنی جنگ به وسیله ابزارهای فرهنگی، به وسیله نفوذ، به وسیله دروغ، به وسیله شایعه پراکنی، با ابزارهای پیشرفته ای که امروز وجود دارد. ابزارهای ارتباطی ای که ده سال قبل و پانزده سال قبل و سی سال قبل نبود، امروز گسترش پیدا کرده. جنگ نرم، یعنی ایجاد تردید در دل ها و ذهن های مردم.» (۲۲)

ایشان در جایی دیگر در باره وظیفه داشتن بخش های فرهنگی در شرکت فعال در این جنگ و ضرورت جدی گرفتن این جنگ و پرداختن به آن می فرمایند: «همینی که حالا معمول شده که در بیان ها و در تلویزیون و توی تبلیغات و توی دادگاه و توی زبان همه، می گویند: جنگ نرم؛ راست است، این یک واقعیت است؛ یعنی الان جنگ است. همیشه این را گفته ام، بارها و بارها. علت این است که من صحنه را می بینم؛ چه بکنم اگر کسی نمی بیند؟! چه کار کند انسان؟! من دارم می بینم صحنه را، می بینم تجهیز را، می بینم صف آرای ها را، می بینم دهان های با حقد و غضب گشوده شده و دندان های با غیظ به هم فشرده شده، علیه انقلاب و علیه امام و علیه همه این آرمان ها و علیه همه آن کسانی که به این حرکت دل بسته اند؛ اینها را انسان دارد می بیند. خب چه کار کند؟ این تمام نشده. چون تمام نشده، همه وظیفه داریم. وظیفه مجموعه فرهنگی و ادبی و هنری هم وظیفه مشخصی است»

ایشان در جایی دیگر با اشاره به تصویب بودجه ۴۵ میلیون دلاری مجلس ایالات متحده آمریکا برای مقابله اینترنتی با انقلاب اسلامی می فرمایند: «دوباره می نشینند چهل و پنج میلیون دلار بودجه تصویب می کنند؛ برای اینکه جمهوری اسلامی را شکست بدهند! بودجه تصویب می کنند که از طریق اینترنت، انقلاب ایران را از بین ببرند؛ جمهوری اسلامی را سرنگون کنند! خوب، شما چند ده «چهل و پنج میلیون دلار» را تا حالا مصرف کرده اید؟ چقدر شما برای شکست دادن جمهوری اسلامی کار دیپلماسی کردید، تحریم اقتصادی کردید، انواع و اقسام توطئه ها را کردید، جاسوس فرستادید، جاسوس تربیت کردید؟ چه فایده ای کردید که حالا باز می خواهید از این طریق وارد شوید و ملت ایران را به خیال خودتان از انقلاب جدا کنید؟»

در همان ایام بود که در خبرها آمد: وزیر خارجه آمریکا از تلاش های کشورش برای اطمینان از دسترسی معترضان ایرانی به شبکه اجتماعی توییتر دفاع کرد. عصر ایران به نقل از لس آنجلس تایمز نقل می کند: «در شرایطی که مقامات ایرانی،

واشنگتن را به مداخله در امور انتخاباتی این کشور متهم کرده اند، هیلاری کلینتون از تلاش های اخیر آمریکا برای اطمینان از اینکه توییتر همچنان در دسترس معترضان ایرانی قرار دارد، حمایت کرد.»

کلینتون در دیداری با آویگدور لیبرمن، وزیر خارجه اسرائیل گفت: «توییتر، ابزاری مهم است که به معترضان ایرانی به ویژه جوانان اجازه می دهد در جریان حوادث اخیر انتخابات ریاست جمهوری با یکدیگر در تماس باشند.» این اظهارات کلینتون پس از آن عنوان شد که روزنامه نیویورک تایمز گزارش داد: «وزارت خارجه آمریکا با ارسال ایمیلی از شبکه اجتماعی توییتر درخواست کرده به جهت کاربران ایرانی، قطعی شبکه خود را به تعویق بیندازد.» (۲۷) شبکه خبری فاکس یوز هم که متعلق به دولت آمریکا است، با تأیید این خبر می نویسد: «واکنش های گروه های گوناگون ایرانی به نتیجه انتخابات، یک جنگ الکترونیکی را در محیط اینترنت پدید آورده است. بسیاری از کاربران ایرانی اینترنت برای آگاه شدن از اوضاع اخیر ایران به شبکه های اجتماعی همچون: فلیکر، فیس بوک و یوتیوب مراجعه می کنند تا با بهره گیری از این پایگاه ها که اصالتاً پایگاه هایی اجتماعی و نه سیاسی هستند، بتوانند گزارش ها و فیلم هایی از ایران ببینند.» فارغ از بحث های متعددی که این روزها درباره شبکه های اجتماعی صورت گرفته است، به نظر می رسد که نکات ذیل در آثار این شبکه ها در فضای ایران قابل تأمل باشد:

این روزها خبرهای متعددی از وابستگی شبکه های اجتماعی به سازمان ها و نهادهای امنیتی و اطلاعاتی کشورهای متخاصم به گوش می رسد؛ به طوری که در بعضی از موارد، شرکت های ارائه دهنده خدمات اجتماعی اینترنتی به صراحت اعلام کرده اند که اطلاعات شخصی کاربران را در اختیار نهادهای اطلاعاتی و جاسوسی قرار می دهند. به طور خاص، منابع امنیتی آمریکا و اسرائیل از شبکه هایی مانند فیس بوک و مای اسپیس (۲۹) برای شناسایی افرادی جهت سپردن فعالیت های جاسوسی استفاده می کنند و به شناسایی استعدادهایی که به طور رایگان اطلاعات لازم را در اختیار آنان قرار می دهند، می پردازند. متأسفانه، برخی کاربران ایرانی از این امر مستثنا نبوده و در این گونه شبکه ها تأمین کننده خواسته های استکبار جهانی محسوب می شوند.

کاربران اینترنتی در سراسر دنیا، در واقع سرآمدان و نخبگان یک ملت محسوب می شوند. حقیقت این است که داشتن سواد کافی و آشنایی حداقلی با زبان خارجی، از ملزومات استفاده از خدمات اینترنتی است. از یک سو، حضور مؤثر در شبکه های اجتماعی اینترنتی نیز معلومات، توانایی و استعداد فراوانی را می طلبد که تنها می توان آن را در قشر تحصیل کرده یافت و از سوی دیگر، استفاده از خدمات رایانه ای، محدود به نسل های جوان و جدید است. این مسأله در غرب نیز شایع است؛ به طوری که قسمت عمده ای از کاربران را جوانان تشکیل می دهند. البته این مسأله در ایران مضاعف است. بنابراین، جوانان دانشجو، مهم ترین قشر درگیر در ماجرا هستند.

## ۶- شبکه ملی اطلاعات و فضای مجازی

این شبکه تجمیع کننده شبکه‌های اختصاصی، محلی و ملی در کشور است که از دو بخش اختصاصی و عمومی تشکیل می‌شود. بخش اختصاصی برای ارتباط و تبادل اطلاعات و خدمات دستگاه‌های اجرایی با یکدیگر و بخش عمومی برای ارائه خدمات به کاربران عمومی است و این دو بخش در نقاطی نظیر مراکز داده با یکدیگر اتصال دارند.

تاریخچه شبکه ملی اطلاعات در کشور

در اواخر سال ۱۳۸۴ بحث شبکه ملی اینترنت در کشور مطرح و مهمترین دلیل پیاده سازی این شبکه در آن سال کاهش وابستگی به شبکه جهانی اینترنت اعلام شد.

در اسفند سال ۱۳۸۴، بر اساس تصمیم هیات دولت مقرر شد شبکه ملی طی ۳ سال به بهره برداری برسد و طراحی های کلی شبکه نیز انجام شود.

در سال ۱۳۸۵ قرار شد پروژه اینترنت ملی در مرکز تحقیقات مخابرات ایران انجام شود. در سال ۱۳۸۶ نیز همین موضوع تکرار شد و این بار برنامه های عملیاتی راه اندازی و بهره برداری اینترنت ملی در سالهای ۸۶ تا ۸۸ در هیات وزیران تصویب شد. با توجه به الزامات سند چشم انداز بیست ساله در سال ۱۳۸۹ موضوع شبکه ملی اینترنت با نام جدید شبکه ملی اطلاعات به صورت جدی تر مطرح شد به طوری که کلیات موضوع در ماده ۴۶ برنامه پنجم توسعه مطرح شد.

### ماموریت شبکه ملی اطلاعات

- ایجاد زیرساخت مناسب توسط دولت برای انجام و ظایف حاکمیتی و شکستن انحصار همزمان با کاهش تصدی گری دولت در عرصه های غیر ضروری فناوری اطلاعات

- بهره برداری حداکثری از توان بخش خصوصی از طریق ایجاد فضای رقابتی عادلانه

- ایجاد بستر ارتباطی امن و پیشرفته برای توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشور

- ایجاد بستر های لازم جهت اطلاع رسانی و خدمت رسانی بهینه الکترونیکی به مردم

- ایجاد بستر لازم برای نگهداری و انتقال اطلاعات و خدمات ملی در داخل کشور

- ایجاد زمینه ای لازم برای تبدیل ایران به عنوان هاب و ترانزیت ترافیک منطقه

- صرفه جویی و کاهش هزینه های ارتباط با اینترنت

بدون تردید یکی از مهمترین الزامات قوی شدن در فضای مجازی، ایجاد، تکمیل و توسعه شبکه ملی اطلاعات و تأمین امنیت آن و مدیریت دروازه های ورودی و خروجی فضای مجازی و پالایش هوشمند و سازماندهی است که این مطالبه همواره در سال های اخیر از مهمترین مطالبات مقام معظم رهبری در فضای مجازی بوده و نسبت به عدم تحقق آن از مسئولان ابراز گلایه مندی داشته اند. همچنین از سایر الزامات و عوامل قوی شدن در فضای مجازی می توان به این موارد اشاره کرد:

ایجاد، ساماندهی و تقویت نظام ملی اطلاع رسانی رایانه ای

اعمال تدابیر و نظارت های لازم به منظور صیانت از امنیت سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و جلوگیری از جنبه ها و پیامدهای منفی شبکه های اطلاع رسانی  
ایجاد و تقویت نظام حقوقی و قضایی متناسب با توسعه شبکه های اطلاع رسانی به ویژه در جهت مقابله کارآمد با جرائم سازمان یافته الکترونیکی

توسعه فناوری اطلاعات و آینده نگری در خصوص آثار تحولات فناوری اطلاعات در سطح ملی و جهانی  
گسترش مطالعات و تحقیقات فضای مجازی و دانش سایبرنتیک

تربیت نیروی انسانی متخصص در زمینه فضای مجازی (سایبری) و دانش سایبرنتیک

ساماندهی نظام ملی قوانین و توسعه فناوری و نیروی انسانی متناسب تحولات جهانی و نیازهای کشور  
تحقق پدافند غیرعامل که عبارت است از مجموعه اقدامات غیرمسلحانه که موجب افزایش بازدارندگی، کاهش آسیب پذیری، تداوم فعالیت های ضروری، ارتقای پایداری ملی و تسهیل مدیریت بحران در مقابل تهدیدات و اقدامات نظامی دشمن می گردد

احراز هویت و تحول در شاخص ترافیکی شبکه اینترنت (به طوری که ۵۰ درصد آن داخلی می باشد)

فرهنگ سازی و آموزش عمومی در زمینه به کارگیری اصول و ضوابط پدافند غیرعامل (در بخش فضای سایبری کشور) در بخش دولتی و غیردولتی، پیش بینی مواد درسی در سطوح مختلف آموزشی و توسعه تحقیقات در زمینه پدافند غیرعامل  
فرهنگ سازی، آموزش و افزایش آگاهی و مهارت عمومی در حوزه افتا

برقراری ارتباط و همکاری با دیگر کشورها در زمینه های علمی، تولیدی و تجاری کالاها و خدمات دفاعی و امنیتی برای دستیابی به اهداف سیاست های کلی خودکفایی دفاعی و امنیتی در فضای مجازی

گسترش هوشمندانه و مصون سازی با اجرای کامل پدافند غیرعامل در مراکز حیاتی و حساس کشور

افزایش ظرفیت های قدرت نرم و دفاع سایبری و تأمین پدافند و امنیت سایبری برای زیرساخت های کشور در چارچوب سیاست های کلی مصوب

توسعه تولید محتوی در فضای مجازی بر اساس نقشه مهندسی فرهنگی کشور و بومی سازی شبکه های اجتماعی

ایجاد، تکمیل و توسعه شبکه ملی اطلاعات و تأمین امنیت آن

بهره‌گیری از موقعیت ممتاز کشور با هدف تبدیل ایران به مرکز تبادلات پستی و ترافیکی ارتباطات و اطلاعات منطقه و گسترش حضور در بازارهای بین‌المللی

حضور موثر و هدفمند در تعاملات بین‌المللی فضای مجازی و دیپلماسی فضای مجازی

افزایش سهم سرمایه‌گذاری زیرساختی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تا رسیدن به سطح کشورهای برتر منطقه

مقابله موثر و بازدارنده با هرگونه تهاجم سایبری به سرمایه‌های ملی سایبری جمهوری اسلامی ایران

مقام معظم رهبری می‌فرمایند: «ما نمیتوانیم مردمان را که با فضای مجازی ارتباط دارند، بی‌پناه رها کنیم در اختیار آن مدیری که دارد پشت پرده، فضای مجازی را اداره میکند. عوامل مسلط بین‌المللی در این زمینه‌ها بشدت فعالند: از لحاظ خبردهی، خبررسانی، تحلیل داده‌ها و امثال گوناگون؛ هزاران کار دارد انجام میگیرد روی فضای مجازی. برای خاطر این است که بنده روی مسئله‌ی شبکه‌ی ملی اطلاعات این همه تأکید میکنم. این شورای عالی فضای مجازی و مرکز ملی فضای مجازی که تشکیل داده‌ایم و بنده اصرار داشتم و دارم که این [شورا] تشکیل بشود و رؤسای محترم در آن شرکت کنند و تصمیم‌گیری کنند و اجرا کنند، به خاطر اهمیت این مسئله است؛ نمیشود این مسئله را رها کرد. و من میبینم که آن اهتمام لازم به خرج داده نمیشود. خب الان شبکه‌ی ملی اطلاعات اجزائی دارد، این اجزا باید در زمان‌بندی‌های مشخص تحقق پیدا کند؛ آدم میبیند که تحقق پیدا نمیکند، از زمان‌بندی‌ها عقبند؛» (بیانات مقام معظم رهبری در تاریخ ۲ شهریور ۱۳۹۹)

## ۷- احکام شرعی مرتبط با فضای مجازی و شبکه های اجتماعی

از نظر آموزه های قرآن، انسان دارای اراده و اختیار و حق انتخاب، مخلوقی مکلف است. این بدان معناست که انسان در هر کاری که وارد می شود، باید نخست تکلیف خویش را بشناسد و بداند و به آن عمل کند. این تکلیف در برابر خود، خدا و خلق است. از همین رو خدا انسان را «مسئول» دانسته است که درباره کارهایش می بایست پاسخگو باشد.

شبکه های اجتماعی یک ابزار از ابزارهای مورد استفاده انسان، بستری برای انواع کارها فراهم می آورد؛ بنابراین، وقتی انسان مسلمان در شبکه های اجتماعی وارد می شود، خود را مکلف می داند تا بر اساس اصول و قواعدی عمل کند که شریعت اسلام آن را بیان کرده و انسان از طریق عقل سلیم و نقل و حیانی معتبر می تواند آن را کشف کند. پس هر کسی که وارد شبکه های اجتماعی می شود و کاری در آن انجام می دهد می بایست نخست تکلیف خویش را بداند و کارهایش را در همان چارچوب تکلیف شرعی ساماندهی کند تا بتواند پاسخگوی امروز و فردای عمل خویش باشد.

حضور در شبکه های اجتماعی می تواند به اهداف چهارگانه مدیریت کلی یا جزئی، تولید محتوا، ترویج محتوا یا استفاده از محتوا باشد. البته برخی ممکن است به یک فعل یا چند فعل از این افعال اقدام کنند؛ پس تکلیف آنان با توجه به میزان و نحوه حضور آنان در شبکه های اجتماعی متغیر خواهد بود. هر کسی می بایست بایدها و نبایدها و شایدها و نشایدهای حضور در شبکه های اجتماعی را بداند تا بتواند تکلیف شرعی خویش را به درستی انجام دهد.

تکلیف، شناسایی واجب مسلمانی

هر انسانی لازم است تکلیف خویش را بشناسد و بر اساس آن عمل کند؛ زیرا تکلیفی که خدا برای انسان قرار داده، حکمیانه است و او را برای اهداف متعالی کمک می کند. از همین رو تکلیفی که در قالب احکام شرعی و قوانین اخلاقی و مانند آنها بیان شده به عنوان «حکمت» در قرآن معرفی می شود. (اسراء، آیات ۲۳ تا ۳۹؛ لقمان، آیات ۱۲ تا ۱۹)

البته تکلیف الهی، خاص مسلمانان نیست، بلکه حتی کافران در اصول و فروع مکلف هستند. از همین روست که در قیامت می بایست پاسخگوی ترک تکلیف خویش باشند. (بقره، آیه ۲۱؛ یس، آیه ۴۷)

تکلیفی که بر عهده انسان گذاشته شده دارای اقسام و انواع پنجگانه ای است که به سبب شدت و ضعف مصلحت یا مفسدت پدید می آید؛ به این معنا که اگر مصلحت چیزی شدید و قوی باشد، به عنوان واجب و اگر کم باشد، به عنوان مستحب معرفی می شود؛ چنانکه اگر مفسدت آن زیاد باشد محرم و اگر کم باشد مکروه خواهد بود. مباح امری است که تعادلی میان مصلحت و مفسدت در آن است. لذا به عنوان مباح جایز دانسته شده است.

به سخن دیگر، تشریح همه قوانین الهی از جمله حلال ها و حرام ها برپایه مصالح و مفاسد بشر استوار است و خدا هر پاک و سودمندی را برای بشر حلال و هر خبیث و زیانبخش را حرام فرموده است (اعراف، آیه ۱۵۷) بر اساس روایات نیز فساد، تلف و ضرر، سبب نهی خدا و تحریم اموری بر بشر است.

البته حکمت ها و اهداف قوانین الهی، گاه برای بشر روشنند و بشر با عقل و درک خود می تواند به آنها دست یابد؛ ولی در بسیاری موارد این حکمت ها یا اهداف بر او پوشیده است و بشر قادر به درک حکمت و هدف اصلی حلیت یا حرمت امور نیست، از این رو در این موارد وظیفه دارد در برابر احکام الهی از جمله محرّمات تسلیم باشد، چنانکه قرآن مؤمنان را به تسلیم محض بودن در برابر احکام الهی فرمان داده است: و هیچ مرد و زن مؤمنی را نرسد که چون خدا و فرستاده اش به

کاری فرمان دهند برای آنان در کارشان اختیاری باشد و هر کس خدا و فرستاده‌اش را نافرمانی کند، قطعاً دچار گمراهی آشکاری گردیده است». (احزاب، آیه ۳۶)

البته از نظر قرآن، تکالیف شرعی به دو روش نقل و حیانی معتبر و عقل سلیم قابل کشف است. آنچه به عنوان اصول اخلاقی مطرح است؛ در همان چارچوب مصلحت و مفسدت‌سنجی در احکام و متعلقات آن، به عنوان واجب و حرام یا مستحب و مکروه یا مباح مطرح می‌شود؛ بنابراین جدا کردن احکام شرعی با اصول اخلاقی نمی‌تواند امری مبتنی بر اصول قرآنی و فرهنگ آن باشد؛ زیرا هر آنچه که عقل و نقل کشف می‌کند، حکم الله است که شامل پنج گانه پیش گفته خواهد بود. این بدان معناست که معروف و منکر شرعی شامل معروف و منکر می‌شود که عقل یا نقل کشف کرده باشند و تفاوتی میان آنها نخواهد بود. اگر امری از نظر عقل سلیم معروف است، به میزان درجه مصلحت آن، واجب یا مستحب خواهد بود؛ چنانکه اگر چیزی را عقل سلیم منکر بیابد، به همان میزان درجه مصلحت آن، حرام یا مکروه خواهد بود. همچنین برخی از امور در قالب مباح جایز خواهد بود.

این بدان معناست که احکام شرعی که مد نظر این نوشتار است، محدود به احکام شرعی نیست که نقل و حیانی معتبر آن را بیان کرده است، بلکه احکام شرعی چنانکه اصول فقه شیعی بر آن اذعان دارد، شامل آن دسته از احکامی می‌شود که عقل سلیم آن را کشف می‌کند. بنابراین، باید‌ها و نباید‌ها و نیز شاید‌ها و نشاید‌هایی که عقل سلیم آن را مطرح می‌کند، همان احکام شرعی است که هر انسانی مکلف به عمل بر اساس آن است.

از نظر قرآن، هر انسانی مکلف است تا با عقل سلیم و نقل و حیانی، تکالیف خویش را بشناسد و بر اساس آن عمل کند. البته خدا از هیچ انسانی تکلیف بیرون از طاقت و توانش نخواست است؛ بلکه همواره تکلیف در محدوده توان و طاقت و استطاعت است.

(بقره، آیه ۲۸۶)

عمل انسان بر اساس تکالیف شرعی که عقل و نقل کاشف آن هستند، به انسان کمک می‌کند تا در مسیر حکمت آفرینش گام بردارد (مائده، آیه ۴۴؛ نساء، آیه ۱۷۶)، به درستی از منافع مادی و طیبات بهره‌مند شود (حج، آیات ۲۲ و ۲۷ و ۲۸)، حیات طیب خویش را در دنیا حفظ کند (بقره، آیات ۱۷۸ و ۱۷۹)، شکر عملی نعمت داشته باشد (مائده، آیه ۸۹)، مفاسد و ضرر را از خویش دفع کند (اعراف، آیه ۱۵۷؛ انعام، آیه ۱۴۵؛ بقره، آیه ۲۲۲)، به تقوا و تزکیه و تطهیر نفس پردازد (بقره، آیات ۲۱ و ۱۸۳ و ۱۸۷؛ توبه، آیه ۱۰۳)، از مجازات الهی در دنیا و آخرت رهایی یابد (بقره، آیه ۵۶؛ مائده، آیه ۳۸)، و از پاداش الهی در قیامت برخوردار شود. (صف، آیات ۱۱ تا ۱۲)

با توجه به آنچه بیان شد، معلوم شد هر کسی که در شبکه‌های اجتماعی حضور می‌یابد، با توجه به نوع و میزان و کیفیت حضورش باید تکالیف شرعی خویش را از طریق عقل سلیم و نقل و حیانی معتبر به دست آورد و آن را به کار بندد.

از آنجا که مدیریت شبکه‌های اجتماعی، اساسی و مهم‌تر از همه موارد دیگر است، شخص یا نهادی که مسئولیت شبکه‌های اجتماعی را دارد، باید در مقام مدیریت به‌گونه‌ای عمل کند که راه‌ها برای انجام محرمات یا از میان برود یا کاهش یابد یا محدود شود. در جهان، مدیریت شبکه‌های اجتماعی به عهده نهادها و سازمان‌ها و شرکت‌ها گذاشته شده است. با نگاهی به مدیریت‌های جهانی در شبکه‌های اجتماعی می‌توان دریافت که هر کدام از آنها با توجه مقتضیات امنیتی و فرهنگی و مانند آنها محدودیت‌هایی را اعمال می‌کنند و هیچ شبکه‌ای را نمی‌توان یافت که به طور کامل آزاد و رها باشد؛ زیرا هیچ کشوری

یا نهادی بی‌نظمی را نمی‌پذیرد و قوانینی برای محافظت از سرمایه‌های علمی، امنیتی، فرهنگی، اقتصادی و مانند آن وضع کرده و می‌کند.

در کشورهای اسلامی که زندگی مسلمانان بر اساس قوانین شریعت اسلامی جریان می‌یابد، می‌بایست هر شخص حقیقی یا حقوقی از نهادهای دولتی و غیردولتی که مسئولیت مدیریت شبکه‌ها را به عهده‌دارند، بر اساس موازین شرعی که عقل و نقل آن را بیان کرده محدودیت‌هایی را اعمال کرده و بر آن نظارت دقیق داشته باشند.

### محدودیت‌های فعالیت در شبکه‌های اجتماعی

در قرآن محرماتی را به‌عنوان تکلیف مطرح است که هر انسانی از مسلمان و غیرمسلمان می‌بایست به آن پایبند باشد؛ زیرا چنانکه گفته شد حتی کافران در برابر فروع مکلف هستند و از همین رو در قیامت برای ترک واجباتی چون نماز و حج و روزه و خمس مجازات می‌شوند؛ چنانکه به‌خاطر ارتکاب محرمات نیز خدا آنان را مجازات خواهد کرد. براین اساس، باید گفت هر انسانی در برابر کارهای خویش مسئول است و باید پاسخگویی ترک واجب یا انجام حرامی باشد که مرتکب شده است. قرآن محدودیت‌هایی را در قالب محرمات و مکروهات برای افراد بیان کرده است که شامل فعل حاضران در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای هم می‌شود. از جمله این محدودیت‌ها که در قالب گناه و جرم یاد شده می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. نشر مطالب الحادی و مخالف موازین اسلامی و ترویج مطالبی که به اساس اسلام لطمه وارد کند (بقره، آیه ۱۰۴)؛
۲. اشاعه فحشا و منکرات و انتشار عکس‌ها و تصاویر و مطالب خلاف عفت عمومی (نور، آیه ۱۱ تا ۱۹؛ آل‌عمران، آیه ۱۱۸؛ توبه، آیه ۱۶)؛
۳. تبلیغ و ترویج اسراف و تبذیر (اسراء، آیه ۲۶؛ انعام، آیه ۱۴۱)؛
۴. ایجاد اختلاف میان اقشار جامعه، به‌ویژه از طریق طرح مسائل نژادی و قومی و نیز تشکیل گروه‌های محفلی در قالب‌های فرهنگی و اجتماعی و ادبی و مانند آن (مجادله، آیه ۸؛ انفال، آیه ۴۶)؛
۵. تشویق افراد و گروه‌ها به ارتکاب اعمالی علیه امنیت، حیثیت و منافع نظام اسلامی در داخل یا خارج (احزاب، آیات ۶۰ و ۶۱؛ مائده، آیات ۴۱ و ۴۲ و ۴۵؛ توبه، آیه ۴۷؛ ممتحنه، آیه ۱)؛
۶. فاش کردن و انتشار اسناد و دستورها و مسائل محرمانه، اسرار نیروهای مسلح، نقشه و استحکامات نظامی، انتشار مذاکرات غیرعلنی دولتمردان و محاکم غیرعلنی دادگستری و تحقیقات مراجع قضایی بدون مجوز قانونی (همان)؛
۷. اهانت به دین مبین اسلام و مقدسات آن و همچنین اهانت به مقام رهبران حکومتی و مراجع مسلم دینی؛ جوسازی و معرفی رهبران ایمانی مردم به‌عنوان مردمانی ساده و خوش‌باور (توبه، آیه ۶۱؛ انعام، آیه ۱۰۸؛ حجرات، آیات ۱۱ و ۱۲)؛
۸. افترا به مقامات، نهادها، ارگان‌ها و هر یک از شهروندان امت اسلام و توهین به اشخاص حقیقی و حقوقی که حرمت شرعی دارند، اگرچه از طریق انتشار عکس یا کاریکاتور باشد (نور، آیات ۱۱ تا ۱۹؛ حجرات، آیه ۱۱)؛
۹. عدم توجه به حقوق معنوی اشخاص و نهادها و سرقت‌های ادبی و همچنین نقل مطالب از مطبوعات و احزاب و گروه‌های منحرف و مخالف اسلام (داخلی و خارجی) به نحوی که تبلیغ آنها باشد (نساء، آیه ۲۹)؛

۱۰. استفاده ابزاری از افراد (اعم از زن و مرد) در تصاویر و محتوا، تحقیر و توهین به جنس زن، تبلیغ تشریفات و تجملات نامشروع و غیرقانونی، طرح مطالب ایجاد کند. تضاد میان زن و مرد از طریق دفاع غیرشرعی از حقوق آنان (نور، آیات ۱۱ تا ۱۹)؛

۱۱. پخش شایعات و مطالب خلاف واقع و یا تحریف مطالب دیگران (مائده، آیه ۴۶)؛

۱۲. انتشار تولیدات رسانه‌ای علیه اصول اسلام و قوانین و مقررات آن (بقره، آیه ۱۹۳؛ آل عمران، آیه ۷).

### محرمات و مکروهات رسانه‌ای

محرمات و مکروهات رسانه‌ای امور چندی است که برخی از آنها براساس آیات قرآن عبارتند از:

۱. حرمت شایعه‌سازی؛ همان طوری که اصل شایعه‌سازی در حوزه‌های فردی و اجتماعی و نسبت به اشخاص حقیقی و حقوقی حرام و ناروا و گناه است؛ استفاده از ابزار رسانه‌ای برای شایعه‌سازی نیز حرام است. (احزاب، آیات ۶۰ و ۶۱؛ مائده، آیات ۴۱ و ۴۲ و ۴۵؛ توبه، آیه ۴۷).

۲. حرمت شایعه‌پراکنی؛ همان طوری که شایعه‌سازی گناه و جرم است؛ شایعه‌پراکنی یعنی انتشار و پخش شایعات دیگر ساخته نیز گناه و جرم است. البته گاه ممکن است جرم شایعه پراکن سنگین‌تر از جرم شایعه‌ساز باشد؛ زیرا ممکن است شایعه‌ساز آن را بسازد و در اختیار رسانه‌ای قرار دهد و این رسانه است که با انتشار آن شایعه در حقیقت جرم انتشار شایعه را به عهده گرفته است. (همان)

۳. حرمت تبلیغ کفر و الحاد و تحمیق مردم (انعام، آیات ۱۱۲ و ۱۱۳؛ طه، آیات ۸۵ تا ۸۸؛ زخرف، آیات ۵۱ و ۵۴)؛

۴. حرمت تمسخر و استهزاء (حجرات، آیه ۱۱)؛

۵. حرمت گسترش و اشاعه فحشاء و منکرات (نور، آیات ۱۱ تا ۱۹)؛

۶. حرمت همکاری بر اثم و عدوان (مائده، آیه ۲)؛

۷. حرمت تجسس و افشای رازهای مردمان (حجرات، آیه ۱۲؛ آل عمران، آیه ۱۱۸؛ توبه، آیه ۱۶)؛

۸. حرمت تعرض به حریم خصوصی (نور، آیات ۱۱ تا ۱۹)؛

۹. حرمت حمایت از مجرم (قصص، آیه ۱۷)؛

۱۰. کراهت تملق و چاپلوسی؛ پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) در مذمت چاپلوسی و مدح بیجا می‌فرماید: «أَحْتُوا التُّرَابَ فِي وَجُوهِ الْمَدَائِحِينَ»؛ به صورت مداحان (چاپلوسان) خاک پاشید.

در قوانین جزایی اسلام درباره جرایم رسانه‌ای بسیار سخن به میان آمده است. از نظر قوانین اسلامی، جرایم انگاری یا فرآیند جرم‌سازی، توسل به ضمانت اجرای کیفری از طریق جرم تلقی کردن رفتارهای خاص است. قانون‌گذار با توجه به ارزش‌های جامعه و در جهت حفظ نظم عمومی، بعضی اعمال را که در حیطه اباحه یا انحراف است با تعیین ضمانت اجرای کیفری در قلمرو حقوق جزا قرار می‌دهد.

در این میان رسانه‌ها نیز گاهی از مسیر و اهداف خود منحرف شده و به نظم و امنیت عمومی یا حقوق فردی تجاوز می‌کنند؛ این تجاوزات در قانون، جرم شمرده شده است.