

۳۳۶۴

۲۰۰۲

۱

۱۱۶

دو

اللهم
الحرم

www.ketab.ir



فضای مجازی دام‌ها و دانه‌ها

معاونت تبلیغ و امور فرهنگی حوزه‌های علمیه
مدیریت مطالعات و پژوهش‌های تبلیغی / مدیریت هنر و رسانه

موضوع: Cyberspace -- Social aspects
 موضوع: اینترنت و نوجوانان -- جنبه‌های اجتماعی
 موضوع: Internet and teenagers -- Social aspects
 موضوع: شبکه‌های اجتماعی پیوسته -- جنبه‌های اجتماعی
 موضوع: Online social networks -- Social aspects
 شناسه افزوده: سلیمانی آشتیانی، مهدی، ۱۳۵۶ -
 رده بندی کنگره : 6 1396 ق 9 ک / HM 851
 رده بندی دیویی : 303 / 4833
 شماره کتابشناسی ملی: ۵۰۱۹۶۰۳

سرشناسه: کهوند، محمد، ۱۳۶۰ -
 عنوان و نام پدیدآور: فضای مجازی: دام‌ها و دانه‌ها/ مولفین
 محمد کهوند، مهدی سلیمانی آشتیانی.
 مشخصات نشر: قم: ذکر، ۱۳۹۸.
 مشخصات ظاهری: ۱ ج. (بدون شماره‌گذاری).: مصور(رنگی)،
 جدول (رنگی)، نمودار(رنگی).
 شابک: 1-20-9864-600-978
 وضعیت فهرست‌نویسی: فیپا
 یادداشتی کتابنامه.
 موضوع: فضای مجازی -- جنبه‌های اجتماعی



شناسه کتاب

پدیدآورندگان: محمد کهوند و مهدی سلیمانی آشتیانی

به سفارش: معاونت تبلیغ و امور فرهنگی حوزه‌های علمیه

ناشر: ذکر

شمارگان: ۳۰۰۰ نسخه

چاپ: اول / بهار ۱۳۹۸

قطع: وزیری

قیمت: ۳۰/۰۰۰ تومان

شابک: 1-20-9864-600-978

مرکز پخش: قم، جمکران، بلوار انتظار، مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه، معاونت تبلیغ و امور فرهنگی، مدیریت هنر و رسانه

تلفن: ۳۷۲۵۵۸۹۰ - ۰۲۵ (داخلی ۴۵۴)

فهرست

۱۱	پیشگفتار
۱۲	مقدمه

فصل اول آیامی دانید؟

۱۴	آمار چه می‌گوید:
۱۴	۱. آمار کاربران اینترنت
۱۶	۲. کلمات جستجو شده در موتورهای جستجوگر
۱۸	۳. شبکه‌های اجتماعی
۲۰	الف) فیسبوک
۲۱	ب) اینستاگرام
۲۲	۴. بازی‌های رایانه‌ای
۲۳	الف) آمار کاربران بازی‌های رایانه‌ای

۲۴	ب) هزینه‌های تولید بازی
۲۶	ج) رکورد داران زمان
۲۷	د) بازی‌های موبایلی (تلفن همراه)
۲۸	ه) پرفروشها
۳۰	۵. درآمدها:

فصل دوم: حکمان فضای مجازی و اهداف آنان

۳۶	معرفی کاربران فضای مجازی
۳۷	الف) گه‌گه
۳۸	ب) فیس‌بوک
۳۹	ج) زنی مکس مدیا
۴۰	د) تیک تو اینترنت اکتو
۴۱	حاکمان فضای مجازی
۴۲	اهداف حاکمان فضای مجازی

فصل سوم: مراحل رسیدن به اهداف

۴۶	مرحله اول: طراحی شبکه‌های ارتباطی اینترنتی
۴۷	الف) شبکه‌های اجتماعی
۴۷	ب) انجمنها و تالارهای گفتگو (فروم)
۴۷	ج) رایانامه‌ها (ایمیل)

۴۸	(د) بازی
۴۸	مرحله دوم: جذب افراد و روشهای آن
۴۹	۱. توجه به نیازمندیها
۵۰	۲. جذابیت
۵۰	۳. ارائه خدمات رایگان
۵۱	۴. تنوع در محصولات
۵۱	۵. مقابله با مخالفان
۵۲	مرحله سوم: نفوذ؛ راهبردها و روشها
۵۲	الف) راهبردهای نفوذ و مدیریت اطلاعات
۵۲	۱. انحصار اطلاعات
۵۳	۲. انفجار اطلاعات
۵۴	۳. ارائه مرور اطلاعات نادرست
۵۴	۴. در دسترس قرار دادن اطلاعات نامناسب
۵۵	ب) روشهای نفوذ
۵۵	۱. بهره گیری از تفریح و سرگرمی
۵۶	۲. توجه به امیال فطری انسان
۵۷	۳. استفاده از عواطف و احساسات
۵۸	۴. استفاده از میل به هنر و روانشناسی هنر
۵۹	۵. استفاده از حس کنجکاوی
۶۰	۶. استفاده از میل به خشونت طلبی

۶۱ . ۷ . استفاده از میل محبت پذیری و جلب توجه

۶۲ . ۸ . استفاده از میل به کمال جویی، رشد و رقابت

۶۳ **مرحله چهارم: روشهای تأثیرگذاری بر مخاطب**

۶۳ **الف) روشهای تأثیرگذاری بر فکر**

۶۳ ۱. ایجاد شبهه

۶۴ ۲. پخش شایعه و تهمت

۶۵ ۳. ایجاد شک و تردید

۶۶ ۴. به چالش کشیدن و خرافه خواندن عقاید

۶۷ **ب) روشهای تأثیرگذاری بر احساسات**

۶۷ ۱. همراهی و عدم دلی

۶۷ ۲. دعوت و مدیریت پیشنهاد

۷۱ ۳. روش عادی سازی

۷۱ ۴. ایجاد حس ناامیدی

۷۳ **ج) روشهای ایجاد تغییر در رفتار**

۷۳ ۱. الگوها (ذائقه سازی)؛

۷۴ ۲. ایجاد فرصت تجربه کردن و لذت بردن از تجربه ها

۷۵ ۳. از بین بردن موانع تغییر رفتار

۷۷ ۴. تغییر در اولویتها و ارزشها

۷۹ ۵. فناوریهای نوین

۸۲ ۶. ایجاد طاغوت در فضای مجازی

۸۲	۱. انحصار
۸۲	۲. وابستگی
۸۳	۳. دل بستگی
۸۵	۴. نیازسازی و کنترل نیاز
۸۶	۵. پذیرفتن طاغوت

فصل چهارم: راهکارها

۹۶	۱. شناخت
۹۶	الف) خودشناسی
۹۸	ب) رسانه شناسی
۹۹	۲. انتخاب
۱۰۰	الف) گزینش سالم‌ترین رسانه
۱۰۰	ب) گزینش کاربردی‌ترین رسانه
۱۰۱	۳. آداب
۱۰۱	الف) آداب شروع
۱۰۳	ب) آداب زمان استفاده از رسانه
۱۰۵	الف) عبادت، به خصوص نماز اول وقت
۱۰۵	ب) مطالعه درسی یا غیردرسی
۱۰۶	ج) تفریحات سالم:
۱۰۶	ج) آداب مکان استفاده از رسانه

۱۰۷	د) آداب عضویت در گروه و انتشار محتوا
۱۰۸	ه) آداب پایان
۱۰۸	۴. احکام
۱۰۹	۱. سرویس
۱۱۰	۱. شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسانهای ایرانی:
۱۱۱	۲. بازیهای مخصوص اندروید
۱۱۳	۳. بازیهای رایانه‌ای
۱۱۴	۴. موتورهای جستجوگر
۱۱۴	۵. ایمیل
۱۱۴	۶. سایت
۱۱۴	۷. نرم‌افزارهای مفید
۱۱۵	۲. نگاه
۱۱۵	۳. ارتباطات
۱۱۵	۴. معاملات

منابع

فهرست منابع

پیشگفتار

«امروز جاده رسانه‌ای و ارتباطات، یک جاده دوجانبه و چندجانبه نیست؛ یک جاده یک‌طرفه است؛ یعنی باید گفت که آنچه را که صاحبان قدرت‌های رسانه‌ای و امپراتوری رسانه‌ای می‌پسندند، با استفاده از علم و فن‌آوری پیشرفته، به زوایای دنیا منتشر و منعکس می‌کنند.»^۱

علم اطلاعات و ارتباط از جمله علوم جدید عصر حاضر است و در مدت کوتاهی پیشرفت‌های چشمگیری در زمینه‌های مختلف مانند ابزارهای ارتباطی، روش‌های برقراری و تدوین ارتباط داشته است به گونه‌ای که زندگی انسان‌ها را تحت تأثیر خود قرار داده و جزء لاینفک زندگی روزانه شده است. جذابیت استفاده از ابزار و روش‌های نوین ارتباطی باعث شده است که استفاده از این فناوری‌ها با استقبال زیاد مخاطبان بخصوص قشر جوان روبرو شود.

ورود ابزارهای نوین ارتباطی، تأثیرات فراوانی در آداب و رسوم، فرهنگ، رفتار، گفتار، نوشتار، ارتباط بین اعضای خانواده و اعضای جامعه، خوردن و خوابیدن، نوع علاقه‌مندی‌ها و در یک کلام نوع سبک زندگی گذاشته و آن را به سمت و سویی می‌کشاند که خواست استعمار فرانو است.

به این منظور جهت آشنایی بیشتر جوانان و نوجوانان عزیز با فضای مجازی و مدیریت پشت پرده آن، کتاب «دام‌ها و دانه‌ها» (نگاهی نو به فضای مجازی) توسط آقایان حجج اسلام محمد کهوند و مهدی سلیمانی آشتیانی آماده شده است. بر خود لازم می‌دانم از تلاش‌های مولفین محترم و جناب حجة الاسلام والمسلمین آقای محمد علاء‌مرضایی که در به سرانجام رسیدن این اثر نقش مهمی داشته‌اند صمیمانه قدردانی و تشکر نمایم.

محمد حسن نوری

معاون تبلیغ و امور فرهنگی

۱. بیانات مقام معظم رهبری (ع) در دیدار مدیران و برنامه سازان رسانه ای کشورهای مختلف، ۱۳۸۵/۲/۲۶.

مقدمه

ای که با نامت جهان آغاز شد دفتر ما هم به نامت باز شد

انسان موجودی اجتماعی است و برای داشتن زندگی سالم در کنار هم‌نوعان خود، نیازمند ارتباطات سالم و برخورداری از اطلاعات صحیح کاربردی و دقیق است؛ از این رو در طول تاریخ زندگی بشر همواره با موضوع ارتباطات و اطلاعات گره خورده است.

با پیشرفت علمی انسان در زمینه‌های گوناگون، دانش جدیدی تحت عنوان «فناوری اطلاعات و ارتباطات» به وجود آمد. این دانش بنا بود تا ضمن پاسخ دادن به نیاز انسان اجتماعی، دسترسی او را به اطلاعات آسان کرده، راه برقراری ارتباطات را هموار سازد.

امروزه حدود نیمی از مردم که در زمین به این فناوری دسترسی دارند و از آن استفاده‌های گوناگون می‌کنند. تأثیرگذاری زیاد فناوری بر فرهنگ، سیاست، اقتصاد و در یک کلام «سبک زندگی انسان»، موجب شده تا فناوری ارتباطات و اطلاعات مخالفان و مدافعان زیادی داشته باشد؛ اما کتابی که بتواند بصورت دقیق منافع و آسیب‌ها و در کنار آن راه کارهای لازم برای برطرف شدن آن آسیب‌ها را بیان کرده باشد، کمتر نگاشته شده است؛ لذا کتاب حاضر سعی دارد تا با نگاهی علمی و جدید به این موضوع، خوانندگان را با دیدگاهی دقیق و موشکافانه نسبت به فضای مجاری آشنا کند و ضمن بررسی وضعیت موجود، آگاهی‌های نوجوانان و جوانان را در مواجهه با فناوری اطلاعات و ارتباطات ارتقا بخشد و آنان را از گرفتار شدن در دام شیطان سلطه حفظ نماید.

محمد کهوند - مهدی سلیمانی آشتیانی

بهار ۱۳۹۸