

فضاهای مجازی تهدید یا فرصت

عید علیشیری

احترام السادات موسوی زاده



سرشناسه: علیشیری، سعید، ۱۳۴۹ -

عنوان و نام پدیدآور: فضاهای مجازی تهدید یا فرصت/ سعید علیشیری، احترام السادات موسوی زاده.

مشخصات نشر: اصفهان: کیاراد، ۱۳۹۴.

مشخصات ظاهری: ۱۲۸ ص.؛ ۱۴×۵/۱۴ س.م.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۹۰-۸۰-۹

وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع: فضای مجازی — جنبه‌های اجتماعی

موضوع: فضای مجازی — جنبه‌های مذهبی — اسلام

موضوع: اینترنت و نوجوانان — کنترل دستیابی

موضوع: اینترنت — جنبه‌های اجتماعی

نسخه افزوده: موسوی زاده، احترام السادات، ۱۳۵۸ -

رده بندی کنگره: ۱۳۹۴ ۶۴۹۰/ع ۸۵۱ HM

شماره کتابشناسی ملی: ۳۹۰۷۹۵۰

رده بندی دیویی: ۳۰۳/۴۸۳۳



فضاهای مجازی تهدید یا فرصت

مؤلفین: سعید علیشیری

احترام السادات موسوی زاده

انتشارات: کیاراد

مجری تولید: موسسه چاپ و نشر سلام

تنظیم: فرشته میرفندرسکی

صفحه آرا: آصفه قاصدی پور

نوبت چاپ: اول/ تابستان ۱۳۹۴

تعداد صفحات/ قطع: ۱۲۸/ رقعی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۹۰-۸۰-۹

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

بهاء: ۵۵۰۰ تومان

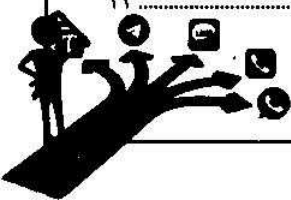
شماره مرکز پخش: ۰۹۱۳۷۴۳۱۰۸۱

فهرست مطالب

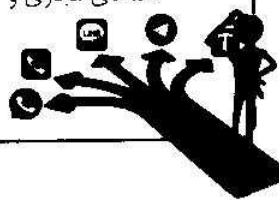
۱۰	 مقدمه
	فصل اول: آسیب‌های فضاهای مجازی
۱۷	 عملیات روانی
۱۸	 تعریف سایر و فضاهای مجازی
۱۸	 اینترنت چیست؟
۱۹	 تاریخ اینترنت
۲۰	 عوامل مؤثر به فضاهای مجازی در خانواده
۲۰	 غنی بودن
۲۰	 کم هزینه بودن
۲۱	 علاقه‌مندی به سریال‌ها
۲۱	 نواخواهی و نیازهای روان شناختی
۲۱	 اعتبار فضای مجازی و میزان استفاده شهروندان
۲۲	 فضاهای مجازی و شکاف میان نسلی
۲۳	 رسانه
۲۴	 شبکه‌های اجتماعی
۲۵	 انواع شبکه‌های اجتماعی
۲۶	 شبکه‌های اجتماعی مجازی
۲۶	 انواع شبکه‌های اجتماعی مجازی
۲۸	 شبکه اجتماعی یا شبکه ضد اجتماعی
۲۹	 شبکه‌های اجتماعی غیر مجازی
۲۹	 معرفی برخی از ابزارهای ارتباطی شبکه‌های مجازی
۳۰	 وب



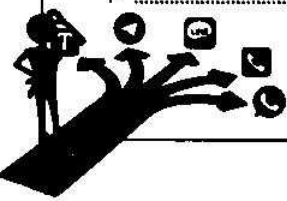
- ۳۱..... فیس بوک
- ۳۲..... اصول فیس بوک
- ۳۲..... آزادی در ارتباط و سهیم شدن در اطلاعات
- ۳۲..... مالکیت و کنترل اطلاعات
- ۳۳..... جریان آزاد اطلاعات
- ۳۳..... برابری اصولی
- ۳۳..... اعتبار اجتماعی
- ۳۳..... خدمات بنیادین
- ۳۴..... رفاه عمومی
- ۳۴..... فرآیند شفاف
- ۳۴..... یک جهان
- ۳۴..... فیسبوک و گردانندگان آن
- ۳۶..... وایبر (Viber)
- ۳۹..... لاین (Line)
- ۳۹..... تلگرام (telegram)
- ۳۹..... ویچت (vichat)
- ۴۰..... اینستاگرام (Instagram)
- ۴۰..... واتس آپ (WhatsApp)
- ۴۰..... اوو (ooVoo)
- ۴۱..... دی دی (DiDi)
- ۴۱..... کیک (kik)
- ۴۱..... تکو تاک (KakaoTalk)
- ۴۱..... تانگو (Tango)
- ۴۲..... نیم باز (nimbuzz)
- ۴۲..... یاهو (Yahoo)



- ۴۲ (Medium) مدیوم
- ۴۳ (Kleek) کلیک
- ۴۳ (Viddy) ویدی
- ۴۳ (RunKeeper) ران کیپر
- ۴۳ (Ghost) گسٹ
- ۴۴ (Pose) پز
- ۴۴ (vine) واین
- ۴۴ (Days) دیز
- ۴۴ (App. net) اپ. نت
- ۴۶ تأثیرگذار منفی فضاهای مجازی
- ۴۶ فضاهای مجازی امنیتی و کنترل و جرم شناسانه جرایم
- ۴۷ فضاهای مجازی و جرایم مالی
- ۴۷ فضاهای مجازی و سوء استفاده از داده‌های اعتباری
- ۴۸ فضاهای مجازی و خرید غیر قانونی سهام در اینترنت
- ۴۸ فضاهای مجازی و شرکت‌های مصاربه‌ای
- ۴۸ فضاهای مجازی و ایجاد بانک با بهره‌های بالا در اینترنت
- ۴۸ فضاهای مجازی و تروریسم اینترنتی
- ۴۹ فضاهای مجازی و بخش عکس‌های برهنه و سوء استفاده جسمی از بچه‌ها
- ۴۹ فضاهای مجازی و بی‌خوابی
- ۵۰ فضاهای مجازی و عدم کنترل‌های پدر و مادر
- ۵۲ فضاهای مجازی و اعتیاد اینترنتی
- ۵۳ فضاهای مجازی و حیا زدایی و نقض احکام شرعی
- ۵۵ عشق ورزی در فضای مجازی
- ۵۷ فضاهای مجازی و اکران نمایش زنای مجازی
- ۵۷ فضاهای مجازی و گره خوردن دنیای مجازی به واقعیت



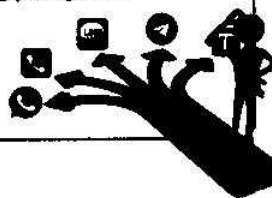
- ۵۷..... فضاهای مجازی و چت‌های مستهجن برای اخاذی
- ۵۸..... فضاهای مجازی و رویکرد مصرف‌گرایی
- ۵۹..... فضاهای مجازی و هژمونی فرهنگی
- ۶۰..... فضاهای مجازی و جنگ نرم علیه انبیاء الهی
- ۶۰..... فضاهای مجازی و چالش‌های تک‌ریم زنان در رسانه‌ها
- ۶۱..... فضاهای مجازی و اشاعه اخبار دروغ و شایعه
- ۶۱..... فضاهای مجازی و تبلیغ عرفان‌های کاذب
- ۶۱..... فضاهای مجازی و هویت دیجیتال
- ۶۲..... فضاهای مجازی و الگوی عمومی ظهور خود برای کودکان
- ۶۲..... فضاهای مجازی و عتک مقدسات دین
- ۶۳..... فضاهای مجازی و راز بزرگ فروش اجناس
- ۶۳..... فضاهای مجازی و امنیت مرزبندی
- ۶۳..... فضاهای مجازی و کاهش اقتدار سیستم امنیتی و اطلاعاتی
- ۶۵..... برای نمونه مجوزهای وایر مورد بررسی قرار می‌گیرد
- ۶۵..... اطلاعات شخصی
- ۶۶..... فضاهای مجازی و مطالبات قومی و منطقه‌ای اف‌یش: تحریک‌پذیری قومیت‌ها
- ۶۶..... فضاهای مجازی و ایجاد گروه‌های سیاسی مجازی
- ۶۷..... فضاهای مجازی و اختلال در روند کنترل جریان اطلاع‌رسانی
- ۶۷..... فضاهای مجازی و بیمه اینترنت
- ۶۸..... فضاهای مجازی و فرهنگ عفاف و حجاب
- ۶۸..... فضاهای مجازی و فریب افکار عمومی
- ۶۹..... فضاهای مجازی و جاسوسی
- ۶۹..... فضاهای مجازی و اتلاف وقت کودکان و نوجوانان
- ۷۰..... فضاهای مجازی و رفتارهای زودرس جنسی در کودکان و نوجوانان
- ۷۰..... فضاهای مجازی و اعتیاد به مواد مخدر در کودکان و نوجوانان



- ۷۱..... فضاهای مجازی و چاقی کودکان و نوجوانان
- ۷۱..... "بو" و سبک زندگی دختران
- ۷۴..... بهبود شاخص بهره وری در مقیاس فردی، سازمانی و اجتماعی
- ۷۴..... فضاهای مجازی و القای ضد ارزش‌ها به جای ارزش‌ها
- ۷۵..... فضاهای مجازی و حضور همگرا در فضای اینترنت
- ۷۵..... فضاهای مجازی و درماندگی شخصی
- ۷۶..... فضاهای مجازی و بحران هویت
- ۷۹..... فضاهای مجازی و شبکه‌های اجتماعی جایگزین آنها

فصل دوم: فرصت‌های فضاهای مجازی

- ۸۲..... جهانی شدن، یک واقعیت انکارناپذیر
- ۸۴..... کاربردهای فضاهای مجازی
- ۸۴..... فضاهای مجازی و توسعه روستایی
- ۸۵..... فضاهای مجازی و تفریح و استراحت
- ۸۵..... فضاهای مجازی و کتابخانه مجازی
- ۸۵..... فضاهای مجازی و آموزش و دانش‌آموزی
- ۸۶..... فضاهای مجازی و سفرهای مجازی
- ۸۶..... فضاهای مجازی و نمایشگاه‌های مجازی
- ۸۶..... فضاهای مجازی و جمع‌آوری کمک‌های خیریه (میریه‌مندی)
- ۸۶..... فضاهای مجازی و اتاق‌های گفتگو
- ۸۷..... فضاهای مجازی و تجارت الکترونیکی و فروشگاه‌های مجازی
- ۸۷..... فضاهای مجازی و وبلاگ‌ها
- ۸۷..... فضاهای مجازی و تشریک مساعی
- ۸۸..... فضاهای مجازی و امر پژوهش
- ۸۹..... فضاهای مجازی و امر ازدواج
- ۹۰..... فضاهای مجازی و مشارکت فعالیت‌های محلی و کار و خدمات



- ۹۰..... فضاهای مجازی و عدم تمایل به شهرنشینی روستائیان
- ۹۰..... فضاهای مجازی و رهایی از محدودیت‌های مکانی و جسمی انسانی
- ۹۰..... فضاهای مجازی ابزاری مناسب برای ارتباط گسترده ناتوانان جسمی
- ۹۱..... فضاهای مجازی و توسعه مشارکت‌های مردمی در فعالیت‌های اجتماعی
- ۹۲..... فضاهای مجازی و امر آموزش
- ۹۲..... فضاهای مجازی و مقابله با تهدیدات فرهنگی
- ۹۳..... فضاهای مجازی و دسترسی به فناوری اطلاعات
- ۹۴..... فضاهای مجازی و نقش کارآفرینی در خانواده
- ۹۵..... فضاهای مجازی و تولید محتوای دینی
- ۹۵..... فضاهای مجازی و حضور متخصصان دینی
- ۹۶..... فضاهای مجازی و راه‌های تولید محتوای دینی
- ۹۶..... فضاهای مجازی و بازی‌های رایانه‌ای
- ۹۸..... نظر مراجع در مورد فضاهای مجازی
- ۱۰۰..... فتوی مقام معظم رهبری (مدظله العالی)
- ۱۰۸..... آیت الله العظمی مکارم شیرازی
- ۱۰۸..... آیت الله العظمی لنکرانی
- ۱۰۹..... آیت الله العظمی بهجت
- ۱۱۰..... آیت الله العظمی مظاهری
- ۱۱۱..... آیت الله العظمی جوادی تبریزی
- ۱۱۳..... راهکارها
- ۱۱۶..... راهکارهای پاسداشت تکریم زنان در رسانه‌ها
- ۱۱۸..... نتیجه
- ۱۲۰..... منابع



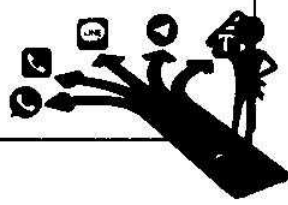
مقدمه

هر فردی در درون خود، دو گرایش و میل کلی دارد. گرایش و حرکت به سوی فطرت باطنی و گرایش به حرکت در مسیر امیال نفسانی.

خداوند حکیم، دید از این دو گرایش را با توجه به نیازهای انسان برای ادامه زندگی، در تمام انسان قرار داده است. هر فرد این فرصت را دارد تا هر یک از این امیال را در مسیر صحیحی خود به حرکت در آورد. میل به زندگی جمعی و حضور در اجتماع انسانی از گرایشات فطری افراد است. انسان موجودی اجتماعی است. او دوست دارد در جمع حضور داشته باشد و کارها را به صورت جمعی به سرانجام رساند. اساساً انسان نیاز به حضور در اجتماع دارد، چرا که بسیاری از توانمندی‌ها و استعدادهای او با حضور در جمع و شرکت در اجتماعات، گوناگون شکوفا می‌شود. خانواده، اقوام، مدرسه، روستا، شهر و... هر یک به نحوی به این نیاز فطری بشریت، پاسخ می‌دهند.

دین مرقی اسلام نیز به این گرایش فطری بسیار توجه کرده است. در اسلام غالب اعمال، اگر به صورت جمعی انجام شود، بیشتر مورد توجه خداوند قرار خواهند گرفت.

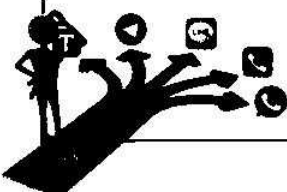
سبک زندگی، از عوامل متعددی اثر می‌پذیرد که یکی از مهم‌ترین آنها، سبک مصرف رسانه‌ای و فضاهای مجازی است. نظام رسانه چه در سطح ملی و چه در سطح فراملی آن به شدت، فرهنگ و امنیت فرهنگی کشورها را متأثر از خود



ساخته است و زندگی دنیای امروز به شدت سنگینی سایه‌ی رسانه‌های جهانی را در خود احساس می‌کند. امروزه مهم‌ترین ابزار جنگ میان قدرت‌ها، رسانه و بخصوص فضاهای مجازی است و همین فضاهای مجازی هستند که در دنیا، فکر، فرهنگ، رفتار و در حقیقت هویت فرهنگی انسان‌ها را القاء و تعیین می‌کنند؛ به طوری که استفاده از قدرت نرم برای تامین منافع ملی و تمامیت ارضی کشور ضرورت است و مراقبت از کشور در برابر تهدید نرم، حیاتی است.

دانشان اسلام از روش‌های متنوع و متعدد و ناروایی برای نابودی مسلمانان استفاده می‌کنند. در جنگ روانی دشمنان علیه مسلمانان، ایمان و اعتقادات آنان مورد هدف قرار می‌گیرد. امپریالیسم خبری غرب با انحصارات رسانه‌ای و محصولات عظیم، گستره و وسع فرهنگی خود، امپریالیسم فرهنگی را پدید آورده است. استعمارگران و استعمارطلبان غرب راه با راه اندازی شبکه‌های اجتماعی گوناگون سعی در وارد ساختن هجمه‌های سنگین بهاجمات فرهنگی خویش به خصوص بر پیکره کشورهای اسلامی دارند. شبکه‌های اجتماعی نظیر واتس‌آپ، وایبر، تانگو، بی‌تاک، وی‌چت، لاین و... تلاش می‌کنند تا با تأثیر بر ایدئولوژی افراد جامعه مورد هدف، به مرور زمان جهان بینی آنان را نیز مورد حمله قرار داده و با جایگزین کردن فرهنگ غربی و ضد دینی، فرهنگ غنی ایشان را در تنازل و سقوط محض جای دهند. شبکه‌های اجتماعی بزرگ و پرطرفدار، هم‌چون فیس‌بوک، توییتر و یوتیوب، در کنار کارکردهای مثبت، ابزاری مناسب هستند که جنگ نرم علیه ارزش‌های اسلامی، در اختیار کشورهای غربی و گروه‌های دانا و منحرف قرار گرفته‌اند.

اگرچه تا سال ۲۰۰۶ کسی گمان نمی‌کرد که اینترنت، به واسطه شبکه‌های اجتماعی مجازی بتواند اجتماعات سنتی را تحت تأثیر خود قرار دهد، اما به تدریج این میهمان ناخوانده، آرام آرام وارد خانه‌ها شد. پس از تحول در اینترنت و ارتقای فناوری آن به «وب ۲»، سرعت فتح خانه‌ها شتاب بیشتری گرفت و با ورود نرم



افزارهای ارتباطی، همانند سونامی به تمام اجتماعات سنتی نفوذ و در برخی موارد جایگزین آن شد.

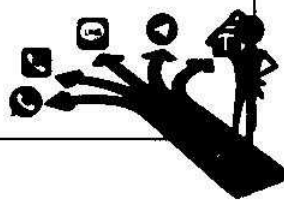
رسانه‌های جمعی اکنون در دسترس همه انسان‌ها هستند. دیگر از این پس رسانه‌ها جزء نیازهای اساسی انسان نوگرایند. جوانان، گروه اثرگذار و قشر حساس جامعه هستند و در چگونه رقم خوردن آینده کشور، نقش مستقیم دارند. فراگیر شدن بهره‌مندی از اینترنت در ایران و عضویت پررنگ جوانان ایرانی در شبکه‌های اجتماعی مجازی، ضرورت بررسی اقدامات ویرانگر این شبکه‌ها را در حوزه باورها و ارزش‌های دینی دو چندان می‌کند به همین دلیل پژوهش و برنامه‌ریزی برای ارتقاء سطح سواد مخاطبین فضاهای مجازی، امری ضروری است.

هنگام قضاوت در مورد فواید و مضرات فناوری‌های نوین باید از افراط و تفریط پرهیز کرد؛ چرا که هنگامی که از فواید این فناوری سخن به میان می‌آید، برخی به صورت احساسی و بی‌چنان از فواید بی‌حد و حصر شناخته شده و حتی ناشناخته آن داد سخن می‌دهند و در عین حال عده‌ای دیگر بدون در نظر گرفتن وجوه مثبت یک پدیده یا فناوری، برای آن هویت‌شالانی قائلند. در حالی که رسانه‌های اجتماعی مجازی مانند سایر رسانه‌ها دارای یک سری «کارکرد»ها و «کژکارکرد»ها هستند و این موضوع کاملاً به سطح آگاهی و سواد رسانه‌ای کاربر بستگی دارد.

سلطه رسانه‌ها و فضاهای مجازی در جامعه معاصر هم ستایش انگیز و هم اضطراب آور است؛ در این پژوهش قصد شده است تا هم به فرصت‌ها و هم به تهدیدهای رسانه‌ها، بخصوص فضاهای مجازی اشاره شود.

با توجه به ضرورت توجه جدی به برنامه‌های شبکه اجتماعی، جدی‌تر شدن پیش روی هر پژوهشگر منصفی قرار می‌گیرد. این سؤال‌ها عبارت است از:

۱. چرا کشور ایران در زمینه‌های گوناگون مانند نفت، اقتصاد، بانک‌داری، کشمیر، انرژی هسته‌ای، علم و فن‌آوری و ... تحریم است؛ اما در حوزه ارتباطات و به ویژه شبکه‌های اجتماعی تحریم نمی‌شود؟



شرکت گوگل ایران را در فروشگاه نرم‌افزاری خود به نام پلی استور در سیستم عامل اندروید تحریم می‌کند؛ اما در شبکه اجتماعی‌اش با نام گوگل پلاس و یوتیوب تحریم نمی‌کند. شرکت مایکروسافت ایران را در سیستم عامل ویندوز تحریم می‌کند؛ حتی در صورتی که ویندوز، نسخه اصلی باشد و هزینه آن توسط کاربر پرداخت شود، اجازه به‌روزرسانی ویندوز داده نمی‌شود؛ اما همین شرکت در شبکه اجتماعی خود با نام اسکایپ نه تنها ایران را تحریم نمی‌کند؛ بلکه بیش از ۱۰ گیگابایت فضای رایگان برای ذخیره اطلاعات به ایران هدیه می‌کند.

در برخی شبکه‌های اجتماعی درحالی که هیچ منبع درآمدی مانند تبلیغات ندارند به‌طور رایگان در اختیار مردم قرار می‌گیرند؟

وایبر، تلگرام، واتس‌آپ و... در برنامه خود تبلیغ نمی‌کنند. فروش شکلک‌ها نیز با هزینه‌های فراوان این برنامه‌ها ناسازگار است؛ بنابراین به چه علت این برنامه‌ها به‌طور رایگان در اختیار مردم قرار می‌گیرد؟

روش مطالعه در این نوشتار، روش اسنادی بوده و اطلاعات لازم با مراجعه به کتاب‌ها، مقاله‌ها، گزارش‌های پژوهشی و آمار و اطلاعات رسمی منتشر شده به وسیله مراجع معتبر گردآوری شده است.

تابستان ۱۳۹۴

سعید علیشیری

حکیم السادات موسوی زاده

