

# دغدغه‌های فرهنگی و اجتماعی

## در فضای مجازی

به کوشش:

حمید کرمی



گفت‌وگو با حجت الاسلام والمسلمین محمد کهوند



معاون پژوهشی مرکز تحقیقات فضای مجازی انقلاب اسلامی

فضای مجازی در ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بنده معتقد هستم که فضای مجازی در ایران، بیمارگونه متولد شده است و الآن هم بیمار زندگی می‌کند و این بیماری را به کسی که با او سروکار دارد، سرایت می‌دهد. این، وضعیت موجود فضای مجازی در ایران است. چه از جهت تعریف فضای مجازی، چه از جهت نگاه به این فضا و آسیب‌ها و راهکارهای آن، چه از جهت مسائل موضوعات دینی مورد ابتلای جامعه، چه از جهت تکلیف افراد حزب الهی در این فضا و نیز چه از جهت شیوه مقابله ما با آسیب‌های این فضا، فضای مجازی، یک فضای غبارآلود و ناشناخته و بیمار است.

## تعریف شما از فضای مجازی چیست؟

تعریفی که ما از فضای مجازی داریم، قدری با بقیه تعاریف تفاوت دارد. بنده وقتی مشغول نگارش کتابم بودم و می‌خواستم تعریفی ارائه بدهم، دیدم تعاریف دیگر، آن قدر ناقص است که آنها را نقل نکردم و نوشتنم به دلیل اختلاف زیاد بین تعاریف از فضای مجازی، از نقل آنها صرف‌نظر می‌کنم و آنها را قبول هم ندارم. تعریفی که ارائه کردیم، این بود که کلمه فضا را به کار نبردیم؛ گفتیم محیطی است که در آن برقراری ارتباطات و رویت ارتباطات در ساختار و قالب‌هایی به عنوان خدمات به انسان‌ها طراحی و کنترل می‌شود و در به‌کارگیری یکایک این کلمات، تعدد و دلیل داشتیم. اینکه در تعریف فضای مجازی گفتیم «محیط»، به این دلیل است که فضا، یک جای لایتناهی است؛ اما محیط، محدودیت دارد. همه می‌گویند: فضای مجازی، نامحدود است؛ اما بنده معتقدم این فضا محدودیت دارد و لااقل حاکمان و آنهایی که این محیط را تولید کرده و آن را کنترل می‌کنند، از حدود و ثغور آن مطلع‌اند.

اکنون بحث تفاوت محیط و فضا را داریم. در این محیط، ارتباطات و اطلاعات را چه بخواهیم رویت کنیم و چه بخواهیم آنها را منتقل نماییم، این اتفاق به صورت غیرقابل لمس خواهد افتاد؛ درحالی‌که در فضای فیزیکی، این کار قابل لمس است؛ ولی در این محیط، هیچ چیزی قابل لمس نیست؛ اما بخشی از یک محیط قابل لمس را اشغال نموده است. دنیایی از اطلاعات در گوشی همراه بنده وجود دارد که این گوشی، قابل لمس است؛ اما این اطلاعات، تنها بخشی از این حافظه گوشی همراه را اشغال کرد است. پس، فضای مجازی محیطی قابل لمس است که برای خود ما غیرقابل لمس است. چرا این را می‌گوییم؟ چون فضای مجازی، برگردان عبارت «Virtual Space» است که در غرب در مقابل «actual space» است. «اسپیس» به معنای فضا، و «اکچوال» به مفهوم فضای فیزیکی قابل لمس، و «ویرچوال» یعنی غیرقابل لمس. به ما گفتند: این فضا، مجازی و دروغی است و خیلی نگران آن نباشید؛ اما حالا که تبعات آن را می‌بینیم، متوجه شده‌ایم که این‌گونه نیست و به قول حضرت آیت‌الله جوادی آملی که فرموده: «مگر سیم، حقیقت است که بی‌سیم مجاز باشد»، متأسفانه، ترجمه غلط بوده است؛ مانند ترجمه عینک‌های سه‌بعدی که برگردان آن از انگلیسی می‌شود: واقعیت غیرقابل لمس؛ یک واقعیتی است که شما نمی‌توانید آن را لمس کنید؛ درحالی‌که این یک واقعیت، دروغین نیست. این محیط، در ساختار و قالب‌هایی به عنوان خدمات ارائه می‌شود.

باید متوجه این نکته بود که بسیاری از مسائل فضای مجازی، خدمات نیست و به اسم خدمات به انسان‌ها ارائه می‌شود. ما فکر می‌کنیم این خدماتی است که به ما ارائه می‌شود؛ درحالی‌که غیر از این است و اینها، هم طراحی شده و هم کنترل می‌شود. بسیاری از افراد گمان می‌کنند که فضای مجازی، بدون طراحی یا بدون کنترل است؛ حال آنکه این چنین نیست.

این، تعریف ما از فضای مجازی است و بنا بر این تعریف، هم سخت‌افزار و هم نرم‌افزار ما را فرا می‌گیرد؛ یعنی هم محیط سخت در حوزه فضای مجازی، برای من مهم است هم نرم‌افزارهای آن و هم اطلاعاتی که در حال تبادل است. بنابراین، وقتی بنده یوتیوب را نقد می‌کنم، یک وقت حیثیت ساختاری یوتیوب را نقد می‌کنم و یک وقت مدیریت آن را نقد می‌کنم و یک وقت هم به سراغ محتوای موجود در یوتیوب می‌روم که این محتوا می‌تواند فیلم، انیمیشن یا غیر آن باشد که من به نقد آن می‌پردازم و البته این فیلم با فیلمی که در سینما پخش می‌شود، تفاوت دارد؛ زیرا فیلمی که در سینما پخش می‌شود، الزامات خودش را دارد و این گوشی هم الزامات خود را دارد. حرف بنده راجع به ابزاری است که همه مسائل را در خودش قرار داده؛ اما حیثیت سینمایی یا تلویزیونی ندارد؛ مانند عینک واقعیت مجازی، لب‌تاپ، تبلت و یا کامپیوتری که صرفاً پردازش‌های مالی انجام می‌دهد؛ حتی بنده سی‌پی‌یو، مادربرد یا هارد را جزو فضای مجازی می‌دانم؛ یعنی هر چیزی که در حوزه سخت‌افزاری، نرم‌افزاری یا محتوایی کار تبادل اطلاعات را انجام می‌دهد؛ اما این اطلاعات برای ما قابل رویت و غیرقابل لمس است.

بنابراین، تعریف بنده از فضای مجازی، قدری با بقیه تعاریف تفاوت دارد و در مورد همه حیطه‌های فضای مجازی این طور است؛ مثلاً در مورد شبکه‌های اجتماعی که ما آن را «شبکه ارتباطی» می‌دانیم و نه شبکه اجتماعی نیز این گونه است؛ چون این شبکه در تمام جهان حیثیت اجتماعی انسان‌ها را در دنیای فیزیکی خدشه‌دار کرده و ارتباط انسان‌ها با یکدیگر بسیار ضعیف شده است و تعامل و گفت‌وگو و روابط خانوادگی انسان‌ها با یکدیگر

بسیار کمتر شده است. برخی از این برنامه‌های پیام‌رسان، مانند: تلگرام، وایبر و واتس‌آپ رسماً اوپراتور هستند و برای شما پیام صوتی و تصویری برقرار می‌کنند که لازمه آنها، داشتن شماره تلفن طرف مقابل است؛ اما در شبکه‌های اجتماعی، شما تنها به اکانت طرف مقابل نیاز دارید و یا اگر دوست او را پیدا کنید، می‌توانید به خود او هم برسید؛ مانند فیس‌بوک، تانگو، توئیتر و دیگر برنامه‌های مشابه.

### نگرش مقام معظم رهبری به فضای مجازی و مدیریت آن چیست؟

با تعریفی که ارائه کردیم، قاعداً اگر کسی دقت کند، هر بُعدی که در زندگی فیزیکی و عادی داریم، همان بُعد را در فضای مجازی هم خواهیم داشت؛ به‌علاوه، مسائلی در فضای مجازی موجود است که ما در دنیای فیزیکی خودمان آنها را نداریم؛ البته مسائل معنوی را جدا می‌کنیم و فقط راجع به زندگی مادی صحبت می‌کنیم؛ یعنی از حیث ارتباطی، فضای مجازی، حتی چیزی بیشتر از زندگی فیزیک ما داراست. بنابراین، سیاست و اقتصاد و فرهنگ و امنیت یا حتی حوزه سلامت و اعتقادات و اخلاق مردم، با این فضا عجین شده است و وسایل ارتباطی مانند لپ‌تاپ‌ها و گوشی‌های همراه وارد زندگی مردم شده است و کمتر موضوعی را به این اهمیت می‌توان پیدا کرد؛ مثلاً وقتی در فضای مجازی چیزی ایجاد می‌کنید، دیگر نمی‌توان حوزه فردی افراد را دید. لاجرم باید آن را در حوزه اجتماعی ببینید؛ درحالی‌که ما در احکام، هزاران حکم فردی داریم. یک مسئله اجتماعی، ممکن است در زندگی شخصی من باشد؛ برای مثال، کسی که در منزل خود شراب می‌خورد، برای او گناه نوشته می‌شود؛ اما در فضای مجازی، هر حرکتی که انجام بدهید، بُعد اجتماعی دارد و یک حیثیت جدا از جامعه نیست که بگوییم کسی به این مسئله دسترسی ندارد. اینجا، یک حیثیتی است که تمام مدیران به آن ارتباط دارند و در منظر دید آنهاست و تصمیمی که شما می‌گیرید، در تصمیم‌گیری آنها منظور می‌شود. وقتی موضوعی تا این حد مهم شد و در کشور ما مورد غفلت قرار گرفت، به‌یقین رهبر آگاه آن جامعه باید به میدان بیاید و بگوید فکری به حال آن

بکنید. حضرت آقا وارد میدان شدند و در تبیین اهمیت فضای مجازی فرمودند: اهمیت فضای مجازی، کمتر از انقلاب اسلامی نیست؛ هم از جهت فرصت‌ها و هم از جهت تهدیدها. قطعاً این فرمایش، درست است و یا فرمودند: اگر کثرت اشتغال بنده در مسائل رهبری نبود، قاعداً خودم مدیریت فضای مجازی را به عهده می‌گرفتم.

متأسفانه، پیام حضرت آقا نه توسط نخبگان و نه توسط مسئولان، خوب دریافت نشد و اهمیت آن روشن نشد علت هم این است که ابعاد این فضا برای قریب به اتفاق افراد جامعه ناشناخته است و حوزه تأثیرگذاری و کارایی و کارکردهای آن ناشناخته و مبهم است. بنابراین، صحبت‌های حضرت آقا را متوجه نمی‌شوند.

بنابراین، شخصی مثلاً می‌گوید: چرا حضرت آقا گفتند فضای مجازی کمتر از انقلاب اسلامی اهمیت ندارد، اما راجع به حوزه چنین صحبتی نکردند؟ درحالی‌که این حوزه بود که انقلاب کرد و یا چرا دانشگاه را نفرمود؟ و یا موضوع محیط زیست را نفرمود؟ خب، این شخص متوجه نشده هر بُعدی از زندگی شخص، در فضای مجازی نمونه‌ای دارد

گاه اول این است که ماهیت فضای مجازی را بشناسیم و بعد ابعاد و مصادیق این فضا شناخته بشود. وقتی بخواهیم ماهیت را بشناسیم، یک انسان‌شناسی و یک فداشناسی و در حقیقت، یک هستی‌شناسی لازم دارد. آنگاه ببینیم فضایی که ماهیت آن را شناخته‌ایم، چقدر با هستی و طبیعت و انسان و خدا و اقتضائات آن تطبیق دارد. انسان بما هو انسان، با نقاط قوت و ضعفش یکسری لوازم و اقتضائات دارد. آیا این لوازم و اقتضائات، با فضای مجازی سازگاری دارد؟



که حتی وسیع‌تر هم هست. نظر شخصی بنده، این است که اولاً: در حوزه حکمرانی و حکومت بر فضای مجازی در دوران غیبت، عقلاً و شرعاً جز ولی فقیه احدی شایستگی مدیریت ندارد؛ مگر اینکه ولی فقیه این امر را تنفیذ کند؛ مانند بحث قضا که ولی فقیه آن را به رئیس دستگاه قضا تنفیذ می‌کند و او هم آن را به اشخاص دیگری تنفیذ می‌نماید که شما، هرچند مجتهد نیستید، قضاوت کنید. امروزه، فضای مجازی وارد فضای منازل ما شده است. این مسئله، ضرورت و اهمیت مدیریت فضای مجازی را می‌رساند. در باره فضای مجازی، مسائل شرعی زیادی وجود دارد؛ مثلاً دوربین گوشی همراه می‌تواند لحظه‌به‌لحظه از ما فیلم و عکس بگیرد. با توجه به اینکه سازنده این گوشی همراه، یک غیرمسلمان و بعضاً یهودی هستند، آیا یک خانم غیرمسلمان حق دارد بدون حجاب در برابر دوربین این گوشی حاضر بشود؟ یا مسائلی مانند اینکه یک زن غیرمسلمان حق ندارد نزد یک زن کافر کشف حجاب کند و از این جهت، مسئله داغ‌تر و مهم‌تر می‌شود. یک قاعده فقهی داریم که شما اجناس را داخل کوچه می‌گذارید و دزد آنها را می‌برد. اینجا می‌گویند: هیچ‌کس جز خود شما ضامن نیست؛ چرا آنها را داخل کوچه گذاشتید؟ حالا ما اطلاعاتمان را جایی می‌گذاریم که خودش گفته من آنها را در اختیار می‌گیریم و در اختیار کس دیگری قرار می‌دهم. در اینجا کس دیگری، جز شما ضامن نیست. شما گوشی همراه که می‌خرید، نمی‌توانید بگویید اطلاعات آن را نخواندم. برخی از مسائل هم جدید است؛ مانند عینک‌های واقعیت مجازی یا واقعیت افزوده و یا بحث داده‌کاوی (Data Mining) که قبلاً مطرح نبوده است. اینها احکام و قواعد خودش را لازم دارد. چه کسی

حکم شرعی برای ما می‌دهد و چه کسی باید این فضا را به صورت دینی مدیریت کند؟

بدیهی است که باید یک فرد دین‌شناس مدیریت این فضا را به عهده بگیرد که بتواند حکومت دینی در فضای مجازی را برقرار نماید. حالا این شخص را باید انتخاب کنیم و این، یک قاعده عقلی است که آیا جمعی از دین‌شناسان حکومت کنند یا یک نفر باشد و اگر قرار است که یک نفر باشد، آن شخص چه خصوصیتی باید داشته باشد؟ به نظر بنده، در دوران غیبت، شخصی غیر از ولی فقیه شایستگی عقلی و شرعی حکومت بر فضای مجازی را ندارد؛ همان‌گونه که برای اداره جمهوری اسلامی ایران از نظر شرعی و عقلی و قانونی، احدی جز ولی فقیه حق حکمرانی ندارد.

### به نظر شما در فضای مجازی چه مباحثی محل دغدغه است؟

یک موضوع، این است که ما ابعاد این فضا را بشناسیم. ابعاد این فضا برای عموم مردم کاملاً ناشناخته است؛ حتی برای مسئولان هم ناشناخته است. بازی را از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی جدا کرده‌اند؛ درحالی‌که این دو مسئله، در حقیقت، یک مسئله است. کودک با تبلت یا گوشی همراه یا وسایل این‌چنینی بازی می‌کند. همچنین، بازی‌های برخط که در اینترنت موجود است، از سایت تهیه می‌شود؛ هرچند خود بازی‌ها را با رایانه می‌سازند؛ اما اجرای بازی، کاملاً در فضای مجازی است.

پس، گام اول این است که ماهیت این فضا را بشناسیم و بعد باید ابعاد و مصادیق فضای مجازی شناخته بشود. وقتی بخواهیم ماهیت را بشناسیم، یک انسان‌شناسی و یک خداشناسی و در حقیقت، یک هستی‌شناسی لازم دارد. آنگاه بینیم فضایی که ماهیت آن را شناخته‌ایم، چقدر با هستی و طبیعت و انسان و خدا و اقتضانات آن تطبیق دارد. انسان بما هو انسان، با نقاط قوت و ضعفش یکسری لوازم و اقتضانات دارد. آیا این لوازم و اقتضانات، با فضای مجازی سازگاری دارد؟ این مسائل، بحث نشده است.

دوم اینکه باید نقش این فضا در ایجاد ارتباط بین انسان و خدا، انسان و طبیعت، انسان و مردم و انسان و خودش چیست؟ نقش تخریبی دارد یا آبادگر است؟

سوم اینکه بینیم منشأ معضلات این فضا چیست؟ آیا این فضا ذاتاً آسیب‌زا است و مشکل حیثیتی دارد یا خیر؟ یا اینکه مسئله فضای مجازی، به مسائل حاکمیتی برمی‌گردد یا خیر؟ چرا که این فضا در اختیار کفار و یهودیان است؟ آیا مشکل به ساختار این فضا برمی‌گردد؟ مثلاً شما ساختار پیام‌رسان فیس‌بوک را در یک مدل ایرانی پیاده کنید. بعد یک فقیه را هم مدیر آن قرار دهید؛ خروجی آن، بهتر از وضع فعلی فیس‌بوک نخواهد بود؛ مثال ساده آن، این است که وقتی شما انگور را در دستگاه شراب‌ساز بگذارید، دکمه شروع آن را

دارد. قواعدش به نفع آمریکا است؛ ولی الزاماتی دارند که مثلاً به تولیدات داخلی خیلی اهمیت می‌دهند؛ مثلاً در کره جنوبی هرکس در گوشی خودش بنویسد گوگل مپ، به صورت خودکار نرم‌افزار ناور که متعلق به کره جنوبی است، به کار می‌افتد و در فضای گوگل مپ که یک سرویس خارجی است، کار نمی‌کند؛ اما در ریل‌گذاری‌هایش، همان مسیر آمریکا را می‌رود و آمریکا از آنها حتی تشکر هم می‌کند.

یکی از رهاترین کشورهای دنیا در حوزه فضای مجازی، کشور ماست؛ تا اینکه نظام جمهوری اسلامی احساس دغدغه کرد و تدابیری اندیشید که به ده‌ها دلیل، کافی نبود. قوانین و ساختارهایی مانند شورای عالی فضای مجازی به کار گرفته شدند که بعد از شش سال، می‌بینیم هیچ کارآیی خاصی ندارند. شورای تعیین مصادیق مجرمانه، تقریباً رو به تعطیلی رفت و امروزه، اینستاگرام بدون فیلتر هر فساد و فحشایی را نشر می‌دهد و در جمهوری اسلامی آزادانه کار می‌کند.

#### دلیل وضعیت ناپه‌نچار فضای مجازی کشور را چطور توضیح می‌دهید؟

وضعیت موجود کشور ما، به جهت فلسفه نگاه مسئولان و نظام فکری آنان درباره فلسفه تکنولوژی و شیوه برنامه‌ریزی و مدیریت کشوری است. عمده مسئولان کشور، محصول دانشگاه‌ها هستند و کسانی هم که برآمده از حوزه بودند، در علوم انسانی و فضای مجازی، محصول دانشگاه‌ها هستند؛ یعنی اگر جامعه‌شناسی و ارتباطات خوانده‌اند، محتوای غربی‌ها را خوانده‌اند و نه

هرکسی که بزند، خروجی یکی خواهد بود. این ساختار، ساختاری نیست که محصول مناسبی از آن خارج شود؛ اما اگر ساختار را عوض کنیم، از انگور می‌توانیم محصولات مفیدی مثل سرکه و آب انگور تهیه کنیم. اگر مشکل ذاتی و حیثیتی باشد، نمی‌توانیم آن را اصلاح کنیم؛ اما اگر مشکل ساختاری باشد، می‌توانیم در آن دست ببریم و مدیر آن را عوض کنیم یا اگر مشکل در کاربر است، می‌توانیم کاربر را توانمند کنیم و به او آموزش بدهیم. یا اینکه بحث فرد نیست و فرهنگ عامه مردم در فضای مجازی مشکل دارد؟ بیشتر مواقع، مشکل را به کاربران نسبت داده‌اند و کمتر به سراغ دیگر مشکلات رفته‌اند.

در کشوری مانند آمریکا، در این حوزه بسیار نظام‌مند کار می‌کنند و با توجه به جهان‌بینی‌ای که دارند، این فضا کاملاً تعریف شده است. چینی‌ها در حوزه فرهنگ تولید و توزیع، مسیر آمریکا را می‌روند و خیلی کار می‌کنند؛ مثلاً در حوزه عینک‌های واقعیت مجازی، یک شرکت آمریکایی عینک واقعیت مجازی می‌سازد؛ مثل گوگل. بعد حوزه نرم‌افزاری آن را هم تعریف می‌کنند. سپس، در چین شرکتی به نام شیائومی عینک واقعیت مجازی می‌سازد و نرم‌افزارش را هم خودش تولید می‌کند. چه در بحث فساد آن و چه در بحث قابلیت‌های آن، می‌بینیم با هم تفاوتی ندارند؛ بلکه رقابت هم دارند؛ چراکه چین در حوزه تولید و توزیع است و مسیری را می‌رود که آمریکا رفته است و حرف نویی ندارد. البته مطابق با فرهنگ خودشان به شدت آن را کنترل می‌کنند؛ ولی همان مسیر آمریکا را می‌روند. روسیه هم در این فضا قواعد سخت‌گیرانه‌ای دارد. استرالیا و انگلستان هم همین‌طور هستند. کره جنوبی، الزامات خوبی

راهکارهای مقابله با آسیب‌های فضای مجازی، به سه دسته کلی تقسیم می‌شوند: کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت. هر سه راهکار، در حوزه‌های سلبی و ایجابی باید کارها را انجام دهند و هر سه در چهار حوزه فعال می‌شوند: در پذیرش فناوری، استفاده از فناوری، تولید فناوری، توزیع و ترویج فناوری

یک محتوای اسلامی را. ممکن است چند آیه و روایت را هم به آن ربط داده باشند؛ ولی مطلب، همان است. غریب به اتفاق مسئولان کشور ما، یک شبکه اجتماعی یا یک دستگاه بازی یا یک موتور جست‌وجو را فقط یک ابزار می‌بینند. این نگاه، از چند نکته نشئت می‌گیرد.

الف. یک نظریه ارتباطی، از عناصر اصلی ارتباطات بحث می‌کند و می‌گوید: در ارتباطات اگر بخواهیم یک ارتباط وصل شود، اول یک فرستنده و یک گیرنده می‌خواهیم و برای این ارتباط، یک محتوا هم لازم است. برای رساندن محتوا از فرستنده به گیرنده، نیاز به ابزار داریم؛ فرستنده و گیرنده، محتوا و ابزار. برخی بازخورد این ارتباط را هم جزو عناصر اصلی می‌دانند و بعضی جزو عناصر فرعی. در این باره، مفصلاً راجع به این چهار عنصر اصلی بحث می‌شود و در بحث از عنصر ابزار، تاریخچه آن را می‌گویند. یک زمان، ابزار دود بوده است. بعد بحث چپار و نامه بوده و جلوتر که آمدیم، به تلگراف رسیدیم و بعد به ماهواره و اینترنت و امروزه هم اگر کامپیوترها یک زمانی چند هزار متر مربع را اشغال می‌کردند و حجم سنگینی داشتند، امروزه شما یک مینی کامپیوتر را کف دست می‌گیرید که سی‌پی‌یو و هارد و همه چیز دارد و بسیار سریع‌تر کار می‌کند؛ ابزارها کوچک‌تر شده‌اند و کارهای بیشتری هم انجام می‌دهند و در تعریف آن، می‌گویند وسیله‌ای است که پیام را از فرستنده به گیرنده انتقال می‌دهد. با این تعریف، این ابزار بدون عوارض در نظر گرفته شده است؛ درحالی‌که اگر گفته شود: ابزار، دو نوع است: ۱. ابزار بدون مدیریت؛ ۲. ابزار همراه با مدیریت، روشن است که این ابزارها می‌توانند فرهنگ‌ساز باشند؛ مثلاً مک دونالد در مقاله معروفش می‌گوید: وسیله، پیام است. به غیر از این، ابزارهایی داریم که مدیریت بر آنها حاکم است و این مدیریت، در پیام‌هایی که رد و بدل می‌شود، دخیل است. می‌توانند جلوی محتوا را بگیرند و از بازنشر وسیع یک محتوا جلوگیری کنند و یا یک محتوا را بازنشر وسیع دهند یا در متن یک محتوا دستکاری کنند؛ مثل اینکه دو فقیه با یکدیگر نامه‌نگاری می‌کنند و نامه‌بر اینها، یک کافر حربی است. آیا می‌توان به این نامه‌بر اعتماد کرد؟ امروزه، مالکان فضای مجازی می‌توانند در حوزه نرم‌افزارهای پیام‌رسان دستکاری کنند. اینها از این نظریه ارتباطی و علوم انسانی نشئت می‌گیرد؛ چون علوم اسلامی ما اصلاح نشده، ما هم مانند غربی‌ها جلو می‌رویم. یکی از مهم‌ترین ادله عملکرد غلط مسئولان ما، پیش‌فرض‌های غلط آنان، خصوصاً در حوزه ارتباطات و جامعه‌شناسی است.

ب. نکته دوم، این است که اینها با فلسفه اسلامی مواجهه با فناوری آشنا نیستند. آنها نظریات ارتباطی غربی را می‌شناسند؛ ولی از این طرف، با نظریات فلسفه اسلامی آشنا نیستند و با نگاه آیات و روایات و قواعد حاکم بر این فضا و با سیره علما در شیوه مواجهه با فناوری آشنایی ندارند. امروزه که رهبر معظم انقلاب در مورد فضای مجازی صحبت کرده‌اند و قبل از ایشان حضرت امام در مورد

رسانه‌ها صحبت می‌کردند، با منظومه فکری امام و رهبری در مورد نحوه مواجهه با فناوری آشنا نیستند.

ج. نکته دیگر اینکه مسئولان ما، نوعاً ابعاد مختلف فضای مجازی را نمی‌شناسند و بنده با ده‌ها نفر از مسئولان صحبت کرده‌ام؛ اما هیچ شناختی از آسیب‌ها و راهکارهای برون‌رفت از آسیب‌ها و منشأ بروز آسیب را هم نمی‌شناسند. مجموع این عوامل، باعث شده ما در فضای مجازی، شاهد یک نوع ولنگاری باشیم. از این رو، فضای مجازی، ده‌ها مصداق و مسئله دارد که اساساً متکفلی برای آنها وجود ندارد.

### چگونه وارد فضای مجازی شویم؟

فضای مجازی، چون عقبه دینی ندارد و مانند ولایت فقیه و حجاب نیست که عقبه نظریه‌پردازی داشته باشد، کسانی که می‌خواهند وارد نظریه‌پردازی در این حوزه شوند، اولاً، باید مبانی دینی و عقلی مناسب را دارا باشند و ثانیاً، باید این فضا را بشناسند؛ مثالی می‌زنم: یکی از علما درس خارجی برگزار کرده و چند جلسه در مورد بازی Clash of Clans صحبت کرده است و نکاتی را گفته‌اند. ایشان مبانی خوبی دارند، فقیه است، با اصول و فقه آشناست و یا فقه اجتماعی را بحث می‌کند؛ اما چون فضا را خوب نمی‌شناسد، در صدور فتوا خطا می‌کند. ایشان مطرح کردند که کاربران اکانت‌ها را خرید و فروش می‌کنند؛ مثلاً یک نفر یک سال این بازی را انجام داده و برای تداوم بازی، یک اکانت برای او تعریف شده است. از مرحله صفر به مرحله صدم رسیده و این اکانت را که حاصل زحمت اوست، می‌فروشد. ایشان بحث کرده و گفته‌اند این خرید و فروش، مانعی ندارد؛ چراکه او مالکیت دارد و حتی اگر از دنیا رفت، بحث ارث او در مورد

اکانتی که دارد، مطرح می‌شود و مالکیت معنوی هم دارد. بنده با شاگرد ایشان بحث کردم و ایشان دنباله کار را گرفت. بنده عرض کردم: ایشان، به خطا رفته است؛ چراکه اساساً در بازی‌های آنلاین چیزی به اسم مالکیت نداریم؛ صرفاً حق دسترسی دارید؛ یعنی حساب کاربری شما در گوگل، در قوانین حریم خصوصی خود می‌گوید این اطلاعات، قبل از ورود به جی‌میل، تحت مالکیت شماست؛ اما به محض ورود به این حساب کاربری، در اختیار او قرار می‌گیرد. من به تو اجازه دسترسی می‌دهم. این، یعنی اینکه اطلاعات شما در سرور جی‌میل ذخیره می‌شود و پس از آن، صرفاً به شما اجازه دسترسی می‌دهد و هر زمان که اراده کند، جلوی دسترسی شما را می‌گیرد و یا اساساً حساب کاربری شما را حذف می‌کند و شما هیچ حق پی‌گیری این مسئله را در دادگاه هم ندارید. ما در بازی کلش‌آف‌کلنز، این مسئله را امتحان کردیم و بازی اکانت ما را حذف کرد. وقتی مسئله به این صورت شد، این حکم، غلط است؛ حتی با اینکه ایشان حکم اولیه را گفته بودند.

در مرحله بعد، باید ببینیم این بازی، متعلق به چه کسی است؟ چه کسی را تبلیغ می‌کنیم؟ این بازی، در اختیار یهود است. پس، معامله آن هم حرام می‌شود؛ زیرا اطلاعاتی را که از شما کسب می‌کند، می‌فروشد و ارزش سهام او با عضویت هر فرد بالاتر می‌رود و ارزش جامعه اطلاعاتی او نیز افزایش می‌یابد و با تبلیغات پول، بیشتری نصیبش می‌شود. بنابراین، آن فقیه، خطا کرده است؛ چراکه ماهیت را نمی‌شناخت. شاید صدها نفر از همه مراجع این سؤال را پرسیده‌اند که تبلیغ در شبکه‌های اجتماعی متعلق به کفار، چه حکمی دارد؟ مثلاً فیس‌بوک، متعلق به صهیونیست‌هاست و منافع مالی هم برای آنها دارد و از طریق فیس‌بوک، شبهات را هم منتشر می‌کنند. آیا ما از لحاظ شرعی اجازه ورود به این فضا برای تبلیغ دین داریم؟ مراجع عموماً فتوا داده‌اند که اگر حضور شما در این شبکه‌ها، موجب اشاعه فحشا شود یا خوف گناه داشته باشد یا کمک به دشمن باشد، حرام است و اگر نداشته باشد، اشکال ندارد. طلبه هم می‌گوید خوف گناه ندارم و نه تنها قصد کمک به دشمن ندارم، بلکه به مبارزه او می‌روم و اشاعه فحشا هم نمی‌کنم؛ بلکه اشاعه معارف دینی را انجام می‌دهم. بنابراین، تبلیغ من در این شبکه‌ها جایز است.

حالا اگر از من پرسیده شود، بنده این گونه پاسخ می‌دهم: اولاً، محیطی به نام شبکه اجتماعی هست که مدیر آن می‌تواند کاری کند که وقتی من اقدام به تبلیغ می‌کنم، اگر تبلیغ من مؤثر و انقلابی باشد، جلوی انتشار آن را می‌گیرد و یا پیام مرا حذف می‌نماید و یا خود من را حذف می‌کند و بنده سند این مسئله را هم دارم؛ مگر اینکه به روش سکولار تبلیغ کنم تا به من کاری نداشته باشند که این هم درست نیست.

ثانیاً، اگر مخاطبان من خارج از کشور باشند، چون مخاطبان وارد نرم‌افزار می‌شوند و با من رابطه می‌گیرند، در تور اطلاعاتی غرب قرار می‌گیرند. اگر

موضوع هم مانند نامه مقام معظم رهبری به جوانان غربی باشد، مورد پیگیری قرار می‌گیرند؛ چنان‌که در عربستان هرکسی که این صفحه را در اینستاگرام لایک کرد، دستگیر شد یا در انگلستان هرکسی که آن را توئیٹ کرد، در تور اطلاعاتی سازمان اطلاعات مخفی بریتانیا قرار گرفت؛ یعنی چهار چشمی او را نگاه می‌کنند که چه می‌کند.

نکته دیگر اینکه بنده شبهه‌ای را در این نرم‌افزار پاسخ می‌دهم و مدیر گروه کاری می‌کند که من اجازه ارسال پیام نداشته باشم و یا با اینکه حضور دارم، دیگر سایر پیام‌های شبهه‌پراکنی را نمی‌بینم. وقتی این طور شد، یا شما باید مبلغ سکولار باشید یا اینکه جلوی تبلیغ انقلابی را می‌گیرند. مجموع فعالیت بنده و سایر مخاطبان، تبدیل به دیتا ماینینگ می‌شود و برای مخاطبان در فضای مجازی برنامه‌ریزی می‌کنند؛ ضمن اینکه حضور در این نرم‌افزارها کمک اقتصادی و اطلاعاتی به دشمنان است. با توجه به این نکات، وقتی اساساً تبلیغ بی‌خاصیت شد، فقیه می‌گوید: چرا وارد این فضا شدی؟ برای نمونه، شما در وایبر فقط دو روز محتوای ضد صهیونیستی منتشر کنید، وایبر مرتبط با سیمکارت شما از کار می‌افتد و با این سیمکارت، دیگر وایبر شما روی هیچ گوشی‌ای فعال نخواهد شد و با هیچ سیمکارتی وایبر روی همان گوشی فعال نخواهد شد؛ یعنی گوشی و سیمکارت، هر دو از رده خارج می‌شود. و یا در صفحه‌ای که در آن آمده است: «ما همه بدحجابیم»، شما وقتی وارد آن صفحه بشوید و آن را ریپورت کنید و یا اعضای صفحه را توبیخ نمایید، یک بار به شما تذکر می‌دهند و دفعه بعد، شما را حذف می‌کنند. شما حق اعتراض به بدحجاب‌ها را ندارید.

این صفحه، اصطلاحاً وی‌آی‌پی است. چه کسی این صفحه را ویژه کرده است؟ مدیر فیس‌بوک این کار را می‌کند.

بنابراین، صدها صفحه ضد استعماری در این فضا به راحتی بسته می‌شود و جلوی انتشار پیام رهبر انقلاب به جوانان غربی را می‌گیرند و اجازه افشا نمی‌دهند و یا وقتی آقای حمید رسایی فیلم ضد فتنه را در صفحه‌اش می‌گذارد، آن را حذف می‌کنند یا فیلم فاجعه منا را در تمام گوشی‌ها و تبلت‌ها حذف می‌نمایند. وقتی فضا این چنین است، اگر ماهیت آن را شناسیم، سؤالمان غلط می‌شود و جوابی هم که می‌گیریم، ای بسا غلط می‌شود. ماهیت‌شناسی و داشتن مینا، دو اصل لازم برای صدور فتوا در این حوزه است. مینا، همان مسائل فلسفه تکنولوژی و آیات و روایات و سیره علما و قوانین نظری و غیره است.

### از دیدگاه جناب‌عالی آسیب‌های فضای مجازی چند نوع است؟

آسیب‌های فضای مجازی را باید به دو دسته «فردی» و «اجتماعی» تقسیم کنیم. در حوزه فردی، مسائل اعتقادی، اخلاقی، روحی - روانی و جسمی ما مطرح است؛ مثلاً گوشی‌های تری‌جی یا فورجی یا هندزفری بلوتوث‌دار، آثار سوئی بر جسم دارند.

در حوزه اجتماعی و مسائل فرهنگی، امنیتی، اقتصادی، علمی و فناوری، خیلی افراد می‌توانند آسیب‌شناسی کنند؛ اما مهم‌تر از آسیب‌شناسی، این است که ما ریشه مشکل را بیابیم و به صورت علمی ببینیم منشأ مشکل کجاست؟ وقتی ریشه مشکل را پیدا کردیم، می‌توانیم راهکار مناسب ارائه بدهیم؛ مثلاً ما یک بیماری داریم و هر دکتری یک نظری می‌دهد؛ چراکه هر کدام از آنها با معاینه‌ای که داشته‌اند، یک برداشت جدا از دیگری

داشته‌اند. بنابراین، نسخه‌ها متفاوت است. اگر کسی معاینه علمی و دقیق داشته باشد، نسخه‌اش هم به واقع نزدیک‌تر خواهد بود. ای بسا به اصل واقعیت هم رسیده باشد.

### راهکارهای مقابله با آسیب‌های فضای مجازی کدام‌اند؟

راهکارهای مقابله با آسیب‌های فضای مجازی، به سه دسته کلی تقسیم می‌شوند: کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت. هر سه راهکار، در حوزه‌های سلبی و ایجابی باید کارها را انجام دهند و هر سه در چهار حوزه فعال می‌شوند: در پذیرش فناوری، استفاده از فناوری، تولید فناوری، توزیع و ترویج فناوری.

بنده مسئولی هستم که یک بار این گوشی را وارد می‌کنم. پس، آن را پذیرش کرده‌ام. مرحله دیگر، این گوشی را در دسترس مردم قرار می‌دهم. پس، آن را توزیع کرده‌ام. بعد، به عنوان کاربر از این فضا استفاده می‌کنم. پس، آن را مصرف نموده‌ام و بعد که سرمایه‌گذاری کردم که خودم آن را تولید کنم، وارد مرحله تولید شده‌ام. ما باید برای هر چهار حوزه، راهکار سلبی و ایجابی مبتنی بر مبنای داشته باشیم؛ یعنی هر راهکار سلبی و ایجابی من، باید مبتنی بر مبنای روشن باشد.

پس، راهکارهای ما باید متناسب با مخاطب باشد؛ مثلاً برای کودکان، این فضا ممنوع است، برای نوجوانان و جوانان و دانشجویان و حوزویان و غیره، باید راهکارهای جداگانه‌ای داشته باشیم یا خانواده باید با این فضا چه کند؟ یا مسئولان و نخبگان هم راهکار متناسب خود را لازم دارند. بنابراین، راهکارها را باید دسته‌بندی مبسوطی کرد و با روش‌های سلبی و ایجابی و در کوتاه‌مدت و میان‌مدت و بلندمدت و به تناسب مخاطب، در سه حوزه: پذیرش، استفاده و توسعه، و تولید و توزیع، برنامه‌ریزی کنیم؛ اما همه اینها، باید مبتنی بر مبنای باشد. اگر گفتیم فلان کار، غلط است یا این کار، درست است و باید انجام بشود، لازم است که مبنای آن هم روشن و مشخص باشد. ✓