



جمهوری اسلامی ایران

مدیریت حوزه علمیه استان قم

رساله علمی سطح ۳

نقش شبکه های اجتماعی در ایجاد و گسترش بحران اخلاق جنسی

راهنما: استاد حجت الاسلام و المسلمین حسن یوسف زاده

مشاور: استاد حجت الاسلام و المسلمین محمد کهوند

محقق: عباس حکیمی

سال تدوین:

۱۳۹۸

چکیده

شبکه های اجتماعی مجازی نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی هستند که با اینکه عمر خیلی زیادی ندارند، توانسته اند به خوبی در زندگی مردم جا باز کنند. مردم بسیاری در سنین مختلف و از گروه های اجتماعی متفاوت در شبکه های اجتماعی مجازی کنار هم آمده اند و از فاصله های بسیار دور در دنیای واقعی، از طریق شبکه های اجتماعی با هم ارتباط برقرار می کنند. در این رساله به بررسی نقش شبکه های اجتماعی در ایجاد و بسط بحران های اخلاق جنسی فردی، خانوادگی و اجتماعی پرداخته می شود. هدف ما در ارائه این تحقیق آگاه سازی خانواده ها، هشیار نمودن همه نهاد های فرهنگی، بویژه مبلغان عرصه ی فرهنگ است. روش تحقیق آمیزه ای و تلفیقی بوده و روش گردآوری اطلاعات کتابخانه ای و با استفاده از نرم افزار های رایانه ای و تارنماهای اینترنتی و ملاحظه ی افراد مبتلا و در گیر در بحران های اخلاق جنسی در سنین و طبقات مختلف جامعه می باشد.

کلید واژه: شبکه های اجتماعی-اخلاق جنسی-بحران فضای مجازی

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات و مفهوم شناسی	۱۲
گفتار اول: کلیات	۱۳
۱. بیان مساله و تعیین قلمرو آن	۱۳
۲. اهمیت موضوع و ضرورت تحقیق	۱۳
سوالات اصلی و فرعی پژوهش	۱۳
۳. سوال اصلی	۱۳
۴. سوالات فرعی	۱۴
۵. فرضیه تحقیق (پیش فرض ها)	۱۴
۶. پیشینه تحقیق و امتیاز این پژوهش	۱۴
۷. اهداف و فواید پژوهش	۱۵
۸. روش تحقیق در این پژوهش	۱۶
گفتار دوم: مفهوم شناسی شبکه های اجتماعی	۱۶
۱. تعاریف	۱۶
۱-۱. تعریف شبکه های اجتماعی	۱۶
۱-۲. شبکه های اجتماعی مجازی	۱۶
۱-۳. بحران اخلاق جنسی:	۱۷
۲. معرفی برخی از مهمترین شبکه های اجتماعی:	۱۸
۲-۱. فیسبوک:	۱۹
۲-۲. اینستاگرام:	۱۹
۲-۳. توئیتر:	۲۰

۲۰	۴-۲. یوتیوب:
۲۳	فصل دوم: نقش مدیریت شبکه های اجتماعی
۲۴	گفتار اول: نقش مدیریت شبکه های اجتماعی در ایجاد و گسترش بحران اخلاق جنسی ...
۲۹	گفتار دوم: نقش مدیریت نفوذ و تاثیر گذاری در شبکه های اجتماعی
۲۹	۱. حیطه های نفوذ
۳۰	۱-۱. قوای مدرکه
۳۰	۱-۱-۱. قوای مدرکه ظاهری
۳۱	۲-۱. قوای محرکه
۳۱	۱-۲-۱. قوای محرکه ی نفسانی
۳۲	۲-۲-۱. قوای محرکه ی فطری
۳۳	۳-۱. نقش قوه ی واهمه و متخیله در فرآیند نفوذ
۳۶	۲. راهبردهای نفوذ و تاثیر گذاری شبکه اعم از مهندسی اطلاعات و مهندسی ارتباطات
۳۶	۱-۲. انحصار اطلاعات
۳۷	۲-۲. انفجار اطلاعات
۳۸	۳-۲. ارائه ی اطلاعات نادرست
۳۸	۴-۲. در دسترس قرار دادن اطلاعات نامناسب
۳۸	۳. روش های ایجاد تغییر در اندیشه، احساس و رفتار کاربران در حوزه ی اخلاق جنسی:
۴۰	۳-۱. مدیریت روش های تغییر در بینش و ذهن مخاطب:
۴۰	۳-۱-۱. تضعیف ایمان و دعوت به کفر
۴۰	۳-۱-۲. خرافه خواندن عقاید
۴۲	۳-۱-۳. جا به جایی نقاط ضعف و قوت
۴۳	۳-۲. روش تغییر در گرایش و میل مخاطب:

- ۴۴ ۱-۲-۳. مدیریت دعوت و پیشنهاد:
- ۴۶ ۲-۲-۳. عادی سازی و قبح زدایی:
- ۴۷ ۳-۲-۳. روش تشویق و تقدیر
- ۴۸ ۳-۳. روش ایجاد تغییر درکنش و رفتار مخاطب:
- ۴۸ ۱-۳-۳. تکرار پیام(تبلیغات):
- ۵۰ ۲-۳-۳. ایجاد فرصت تجربه کردن و لذت بردن از تجربه ها:
- ۵۰ ۳-۳-۳. زدودن موانع تغییر رفتار:
- ۵۲ ۴-۳-۳. تغییر در اولویت ها و ارزش ها:
- ۵۵ ۵-۳-۳. نطفه ی حرام:
- ۵۷ ۶-۳-۳. کنترل برنامه های زندگی توسط ابزار و برنامه های گوناگون:
- فصل سوم: نقش کاربران شبکه های اجتماعی در تقویت و ترویج بحران جنسی**
- ۶۱ ۱. کاربران فردی
- ۶۲ ۱-۱. اخلاق جنسی فردی در قرآن و روایات
- ۶۲ ۲-۱. بر خورد مکاتب و انسانها با موضوع غرایز جنسی دارای سه صورت ذیل می باشد:
- ۶۳
- ۶۴ ۳-۱. نقش شبکه های اجتماعی در بحران های جنسی فردی
- ۶۴ ۴-۱. برخی از انحرافات و بحران های جنسی فردی
- ۶۴ ۱-۴-۱. خودارضائی(استمناء)
- ۶۸ ۲-۴-۱. حیوانبازی
- ۶۹ ۳-۴-۱. هرزه نگاری (پورنوگرافی)
- ۷۰ ۴-۴-۱. هرزه درایی تلفنی و کامپیوتری
- ۷۱ ۵-۴-۱. تنقیه خواهی جنسی

۷۲	۲. کاربران خانوادگی
۷۲	گفتار اول: اخلاق جنسی در خانواده از نگاه قرآن و روایات
۷۶	۱. تفاوت دیدگاه‌ها در راه‌حل مسئله‌ی جنسی
۷۷	۲. لزوم توجه به دیدگاه نوین و هوشیاری در برابر آن
۷۸	گفتار دوم: برخی از انواع انحرافات و بحران‌های جنسی خانوادگی
۷۸	۱. تنوع طلبی
۷۹	۱-۱. نادرستی تنوع طلبی جنسی
۷۹	۲. مقایسه شهوت آلود
۸۰	۳. قبح زدایی از روابط جنسی محارم
۸۱	۳. کاربران اجتماعی:
۸۱	گفتار اول: اخلاق جنسی در جامعه از نگاه قرآن و روایات
۸۲	گفتار دوم: برخی از انواع انحرافات و بحران‌های جنسی اجتماعی
۸۲	۱. همجنس‌گرایی
۸۲	۱-۱. همجنس‌گرایی زنانه
۸۳	۱-۲. همجنس‌گرایی مردانه
۸۳	۱-۳. شناخت هم‌جنس‌بازی در آیات قرآن
۸۴	۲. تجاوز به کودکان
۸۴	۳. نظربازی یا چشم‌چرانی
۸۵	۴. عورت‌نمایی یا نمایشگری
۸۶	۵. دیگر آزاری یا سادیسم
۸۷	۶. روسپیگری

۸۷	رابطه جنسی گروهی
۸۸	زنا
۹۱	لواط
۹۳	فصل چهارم: نقش فرهنگ سازی باسواد رسانه ای و کسب استقلال در محیط مجازی
۹۵	گفتار اول: ضرورت فرهنگ سازی
۹۵	۱. بالا بردن سواد رسانه ای دینی و یا بصیرت رسانه ای در نخبگان، مسئولان و خانواده ها
۹۵	۲. جهت دهی مصرف
۹۶	۱-۲. گام اول: رصد فرهنگی
۹۷	۲-۲. گام دوم: فرهنگسازی و آموزش عمومی
۹۷	۲-۳. گام سوم: حاکم کردن روحیه جهادی در اقشار گوناگون در مواجهه با جنگ نرم
۹۸	۲-۴. گام چهارم: هدایت و جهت دهی به مصرف، ایجاد انگیزه برای تولید بهترین اثر و کارهای فاخر است
۹۹	۳. آینده پژوهی
۱۰۰	۴. فعالیت های خلاقانه
۱۰۱	گفتار دوم: ضرورت کسب استقلال فضای مجازی
۱۰۲	۱. استقلال سخت افزاری
۱۰۳	۲. حفظ استقلال محتوا
۱۰۴	۳. مطالبه سازی برای تسریع در روند استقلال در فضای مجازی
۱۰۵	خاتمه:
۱۰۷	منابع

مقدمه

در واقع شبکه اجتماعی شبکه ای متشکل از افراد و گروه ها و ارتباطات بین آنهاست. از بین کارکردها و تاثیراتی که شبکه های اجتماعی در زندگی بشر امروز گذاشته است می توان به تاثیر در روابط جنسی افراد اشاره نمود. فرصت ها و تهدیدهای شبکه های اجتماعی در جهان معاصر با نگاهیهای مختلف مورد پژوهش پژوهشگران قرار گرفته است. امانقش شبکه های اجتماعی و تاثیر گذاری آنها در مسائل جنسی کمتر مورد توجه بوده است این در حالیست که با سیری در شبکه های اجتماعی خواهیم یافت که مسائل جنسی بیشترین سرگرمی مردم در این شبکه ها است. شبکه های اجتماعی باعث به وجود آمدن انحرافات جنسی در سه طبقه فرد، خانواده و اجتماع است. اگر دیر تصمیم بگیریم و توسط خانواده و نهادهای فرهنگ محور چاره ای اندیشیده نشود اثری از استعداد و پویایی در نسل جوان نخواهیم دید و از سویی خانواده ها متلاشی و زندگی زوج های جوان به جدایی می انجامد. با همین دغدغه رساله در پیش رو تحقیق و تدوین گردیده و در جهت آگاهسازی والدین و نهاد های فرهنگ محور به ویژه جامعه حوزوی و مبلغین تقدیم می گردد امیدوارم مرضی رضای ایزد منان قرار گیرد.

فصل اول:

کلیات و مفهوم شناسی

گفتار اول: کلیات

۱. بیان مساله و تعیین قلمرو آن

شبکه‌های اجتماعی از محبوب‌ترین خدمات فعلی فضای مجازی هستند. از سویی از بین رفتن زمان و مکان و نقش بیشتر فضا در دنیای مجازی تجلی آشکاری دارد. اگرچه شبکه‌های اجتماعی مجازی در فرایند ارتباطات می‌توانند دارای تأثیرات مثبت و منفی باشند، لکن پژوهش حاضر تنها بر جنبه‌های بحران‌زای این فرایند در مقوله اخلاق جنسی تأکید کرده است و یکی از آثار شبکه‌های اجتماعی را در جوامع، به خصوص جوامع در حال گذار، ایجاد آسیب و بحران اخلاق جنسی می‌داند یعنی در واقع همان اولویت جهان غرب در بهره برداری از شبکه‌های اجتماعی. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که نسل امروز بیش از نسل‌های دیگر مبتلا به انحرافات جنسی ناشی از شبکه‌های اجتماعی مجازی‌اند. و در این تحقیق بررسی می‌کنیم که شبکه‌های اجتماعی چقدر در این بحران اخلاق جنسی نقش داشته‌اند.

۲. اهمیت موضوع و ضرورت تحقیق

علی‌رغم جایگاه بالای شبکه‌های اجتماعی و نقش بسزای این شبکه‌ها در بحران اخلاق جنسی، تاکنون پژوهش مستقلی در این رابطه صورت نگرفته است که اولاً بیانگر نقش شبکه‌های اجتماعی در بحران‌های جنسی باشد و ثانیاً بیانگر طبقه بندی انواع بحران‌های جنسی مسبب از شبکه‌های اجتماعی باشد و ثالثاً در بردارنده ارائه راهکار پیشگیری از این معضل اخلاقی باشد. لذا ضرورت دارد تحقیقی جامع صورت بگیرد تا هم جوانان عزیز با چپستی و چرایی شبکه‌های اجتماعی در جهت استفاده صحیح، آشنا شوند و هم خانواده‌ها و نهاد‌های فرهنگ محور ضمن شناخت آسیب‌ها و عوارض جنسی شبکه‌های اجتماعی، آگاهی لازم را کسب و اقدامات پیشگیرانه را اعمال نمایند.

سوالات اصلی و فرعی پژوهش

۳. سوال اصلی

شبکه های اجتماعی چه نقشی در ایجاد و گسترش بحران اخلاق جنسی دارند؟

۴. سوالات فرعی

نقش مدیریت شبکه های اجتماعی در ایجاد و گسترش بحران جنسی چیست؟

نقش کاربران شبکه های اجتماعی در تقویت و ترویج بحران جنسی چیست؟

نقش فرهنگ سازی با سواد رسانه ای و کسب استقلال در کاهش آسیب های جنسی چیست؟

۵. فرضیه تحقیق (پیش فرض ها)

۱- به نظر می رسد شبکه های اجتماعی نقش انکار ناپذیری در ارتباطات بین افراد بویژه روابط جنسی ایفا می کنند.

۲- شبکه های اجتماعی روابط نامشروع و انحرافات جنسی را تقویت کرده و در جامعه بشری بحران بوجود می آورند.

۳- نقش مدیریت شبکه های اجتماعی و ساختار برخی از شبکه ها در ایجاد و تقویت بحران جنسی جدی است.

۴- با فرهنگ سازی و کسب استقلال در محیط مجازی میتوان از معضلات جنسی فضای مجازی کاست.

۶. پیشینه تحقیق و امتیاز این پژوهش

از آثار بحران اخلاق جنسی نباید غفلت بنماییم. فرد، خانواده و جامعه ی مبتلا به بحران های اخلاق جنسی هیچکدام برخوردار از زندگی انسانی نیستند. حیا و غیرت و شرافت انسانی از بین می رود، استعدادها می میرد و زندگی حیوانی میشود، اولویت افراد شهوت و شهوت رانی شده و اثری از سعادت و خوشی نخواهد بود.

ببررسی به عمل آمده در رابطه با موضوع تحقیق؛ بسیاری از نویسندگان به دلیل حائز اهمیت بودن مسأله جوانان و نوجوانان کتاب های بسیاری در این باره نوشته اند و تاکنون کتاب ها و پایان نامه ها و مقالات مختلفی در مورد ابعاد زندگانی نوجوانان و جوانان نوشته شده و هم چنین

در بسیاری از کتاب‌های روایی و حدیثی به بیان مسائل جوانان و ویژگی‌های آن اشاره شده است. هر چند مقالات و چند کتاب در بر گیرنده این موضوع تدوین شده است اما امتیاز این پژوهش در چند نکته است:

اولاً: موضوع این تحقیق با نیازهای روز هماهنگ بوده و پاسخی به آنها می‌باشد؛ یکی از کاربردی ترین موضوعات است چون شبکه های اجتماعی بیشترین مشغولیت را به خود اختصاص داده است.

ثانیاً: اینکه این پژوهش به دنبال چرایی یکی از مهمترین معضل اخلاقی در جامعه یعنی بحران اخلاق جنسی است.

ثالثاً: جامعه هدف این پژوهش عموم مردم است، حتی چه بسا جامعه ی مذهبی ما هم مبتلا به عوارض شبکه های اجتماعی هستند که در بعضی از پژوهش های مشابه، این نکته مغفول واقع گردیده است.

رابعاً: در این پژوهش، کارکرد منفی و تهدید شبکه های اجتماعی یعنی نقش این شبکه ها در ایجاد بحران اخلاق جنسی مورد بررسی قرار گرفته است که در پژوهش های دیگر در رابطه با شبکه های اجتماعی، یا این موضوع مغفول واقع شده، یا در طی یک یا دو گفتار مورد بررسی قرار گرفته است. در حالی که این پژوهش، در بر دارنده ی تعریف و بیان بحران های جنسی در سه طبقه ی فرد، خانواده، و اجتماع و بیان نقش شبکه ها در این بحران ها می‌باشد.

۷. اهداف و فوائد پژوهش

هدف از ارائه ی این رساله آگاهی بخشی بر تاثیر روز افزون شبکه های اجتماعی در بحران اخلاق جنسی است. امید است پس از اینکه نقش پر تاثیر شبکه های اجتماعی در ایجاد و گسترش بحران اخلاق جنسی ثابت شد بتوانیم با ارائه این رساله خانواده ها و نهاد های ذی ربط را هشیار نماییم. در این رساله ما بر آن شدیم تا با شناسایی عوامل ایجاد و بسط بحران اخلاق جنسی بوسیله ی شبکه های اجتماعی و شناسایی نقش مدیران و کاربران در انتشار فرهنگ و ناهنجاریهای اخلاق جنسی منحرف در شبکه های اجتماعی گامی در جلوگیری از شیوع فساد

و فحشا در کشور برداشته باشیم .

۸. روش تحقیق در این پژوهش

روش تحقیق آمیزه ای و تلفیقی بوده و روش گردآوری اطلاعات کتابخانه ای و با استفاده از نرم افزار های رایانه ای و تارنماهای اینترنتی و ملاحظه ی افراد مبتلا و در گیر در بحران های اخلاق جنسی در سنین و طبقات مختلف جامعه می باشد.

گفتار دوم: مفهوم شناسی شبکه های اجتماعی

۱. تعاریف

۱-۱. تعریف شبکه های اجتماعی

شبکه اجتماعی ساختار اجتماعی است که از گره‌هایی (که عموماً فردی یا سازمانی هستند) تشکیل شده‌است که توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی — مانند ایده‌ها و تبادلات مالی، دوست‌ها، خویشاوندی، لینک‌های وب، سرایت بیماری‌ها (اپیدمولوژی) — به هم متصل اند^۱

۱-۲. شبکه های اجتماعی مجازی

برخی صاحب نظران به جای استفاده از واژه رسانه های اجتماعی با توجه به کارکرد شبکه ای این دسته از رسانه‌ها، استفاده از واژه شبکه های اجتماعی را ترجیح می دهند. هلن صدیق بنای معتقد است هرچند شبکه‌های اجتماعی واژه ای است که برای نامیدن گروهی از افراد که در میان خود دارای ارتباطات وسیع تر و مستمر هستند و یک حلقه منسجم ارتباطاتی را تشکیل می دهند، به کار می رود،^۲ اما این واژه امروزه عمدتاً برای نامیدن پایگاه‌های اینترنتی به کار می رود که افراد با عضویت در آن امکان دستیابی به اطلاعات سایر اعضا، آشنایی با علایق آنها، به اشتراک گذاری تولیدات متنی، صوتی و تصویری و نیز تشکیل گروه هایی براساس علایق

^۱ ویکی پدیا

^۲ . صدیق بنای هلن. آشنایی با شبکه های اجتماعی. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ای روزنامه همشهری. ۱۳۸۷-

مشترک با برخی از دیگر اعضای پایگاه را پیدا میکنند. رسانه اجتماعی تعاریف متعددی را در بر می گیرد. «دیوید میرمان اسکات» رسانه اجتماعی و تفاوت آن با رسانه های رایج را چنین بیان می کند: رسانه اجتماعی امکانی را فراهم می آورد که افراد در آن به تبادل نظر، محتوا، فکر و ارتباطات می پردازند و این نوع رسانه از آن رو با رسانه رایج تفاوت دارد که هر کسی می تواند در رسانه اجتماعی، اثر خلق کند، نظر بدهد و به محتوای آن بیفزاید. رسانه اجتماعی میتواند به شکل متن، صدا، تصویر و... باشد.^۳

شبکه های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از وب سایت های اینترنتی هستند. در این وب سایتها، کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به صورت مجازی با هم جمع میشوند و جماعت های آنلاین را تشکیل می دهند.

شبکه های اجتماعی، متناسب با نوع موضوع فعالیتشان امکانات دیگری را از قبیل خبرخوان های اینترنتی، بازی های آنلاین، قابلیت آپلود کردن ویدیوها و فایل های کامپیوتری و برقراری ارتباط با سایر رسانه های شخصی را نیز در گزینه هایشان دارند.

۳-۱. بحران اخلاق جنسی:

اخلاق جنسی قسمتی از اخلاق به معنی عام است، شامل آن عده از عادات و ملکات و روشهای بشری است که با غریزه جنسی بستگی دارد. حیاء زن از مرد، غیرت ناموسی مرد، عفاف و وفاداری زن نسبت به شوهر، ستر عورت، ستر بدن زن از غیر محارم، منع زنا، منع تمتع نظری و لمسی از غیر همسر قانونی، منع ازدواج با محارم، منع نزدیکی با زن در ایام عادت، منع نشر صور قبیحه، تقدس یا پلیدی تجرد جزء اخلاق و عادات جنسی به شمار می روند. اخلاق جنسی به حکم قوت و قدرت فوق العاده غریزه - که این قسمت از اخلاق بشری وابسته به آن است - همواره مهمترین بخشهای اخلاق به شمار می رفته است.

ویل دورانت می گوید: (سر و سامان بخشیدن به روابط جنسی همیشه مهمترین وظیفه اخلاق به شمار می رفته است، زیرا غریزه تولید مثل نه تنها در حین ازدواج بلکه قبل و بعد از آن

^۳. اسکات به نقل عاملی

نیز مشکلاتی فراهم می آورد و در نتیجه ی شدت و حدت همین غریزه و نافرمان بودن آن نسبت به قانون و انحرافات که از جاده طبیعی پیدا می کند، بی نظمی و اغتشاش در سازمانهای اجتماعی تولید میشود.^۴

از آنجا که غریزه جنسی، قوی ترین غریزه انسانی است، پس بحران جنسی نیز قوی ترین بحران های اجتماعی و فرهنگی و سیاسی و اقتصادی می باشد. یعنی اگر از بحران جنسی یک جامعه کاسته نشود، مثل تب تمامی ساختار اجتماعی را فلج خواهد کرد و آن را تا حد مرگ پیش خواهد برد.

بحران جنسی زمانی به وجود می آید که غریزه و ساختار اجتماعی آن با هم تناسب نداشته باشند. یا به عبارتی آن نهاد اجتماعی که جواب گوی این غریزه است، از پاسخگویی مشروع آن ناتوان باشد. بنابراین بین غریزه متقاضی و پاسخ نهاد مربوط، تضاد به وجود می آید که این تضاد، به بحران میانجامد.

۲. معرفی برخی از مهمترین شبکه های اجتماعی:

در حال حاضرشش نوع شبکه ی اجتماعی در جهان وجود دارد. شبکه های اجتماعی متن

محور^۵، فیلم محور^۶، تصویر محور^۷، موضوع محور^۸، مخاطب محور^۹ و خدمات محور^{۱۰}.

شبکه های اجتماعی گروه آخر در حال حاضر با مقبولیت بسیار زیادی روبرو هستند، به گونه ای که امروزه نام برنامه های ارتباطی مانند وایبر، واتساپ، لاین، تلگرام نام هایی آشنا در دنیا محسوب می شوند.

^۴ مجموعه آثار شهید مطهری جلد ۱۹، ص ۶۳۳

^۵ مانند تویتر، فیس بوک

^۶ مانند یوتیوب

^۷ مانند اینستاگرام

^۸ مانند لینکدان، کلاس میت

^۹ مانند نی نی فیس

^{۱۰} برای ارائه ی خدماتی از قبیل برقراری تماس (صوتی و تصویری)، سرگرمی، فرستگاه آنلاین، پیام رسانی و ...

۲-۱. فیسبوک:

فیس بوک یک وب سایت شبکه اجتماعی است که کاربران می توانند نظرات، تصاویر، فیلم ها و حتی تبلیغات خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. این شبکه اجتماعی بزرگ برای لینک دادن به اخبار و محتوای جالب در سایر وب سایت ها، چت زنده و تماشای ویدیو، و حتی پیدا کردن دوست و آشنایان قبلی خود استفاده می شود.

مسیر فیسبوک برای تبدیل شدن به یک شبکه اجتماعی بزرگ در فوریه سال ۲۰۰۴ به عنوان یک شبکه اجتماعی مبتنی بر کالج و دانشگاه در دانشگاه هاروارد آغاز شد. این ایده توسط مارک زاکربرگ^{۱۱} به همراه ادوارد ساورین^{۱۲} که هر دو دانشجویان این کالج بودند، راه اندازی شد. این شبکه تا سال ۲۰۰۶ برای افرادی که ۱۳ سال یا بیشتر داشتند قابل استفاده بود و در حال حاضر به عنوان یکی از محبوب ترین شبکه های اجتماعی در جهان به فعالیت می پردازد.

در نیمه سال ۲۰۱۸ تعداد کاربران فعال فیس بوک از حدود ۱/۷ میلیارد نفر گذشت و در فصل سوم سال ۲۰۱۸، تعداد کاربران فعال ماهانه فیسبوک، ۲/۲۷ میلیارد نفر اعلام شد.

۲-۲. اینستاگرام:

شبکه اجتماعی هم‌رسانی عکس و ویدئو است که این امکان را به کاربران خود می دهد که عکس ها و ویدئوهای خود را در دیگر شبکه های اجتماعی مانند فیس بوک، توییتر، تامبلر و فلیکر هم‌رسانی کنند. نخستین نسخه اینستاگرام در اکتبر ۲۰۱۰ راه اندازی شد. این سرویس به سرعت محبوبیت کسب کرد و به بیش از ۱۰۰ میلیون کاربر تا آوریل ۲۰۱۲ و ۳۰۰ میلیون کاربر تا دسامبر ۲۰۱۴ رسید. بنابر ادعای شریل سندبرگ، عضو ارشد هیئت مدیره شرکت فیس بوک، بیش از ۲۵ میلیون شرکت اقتصادی در اینستاگرام صفحه مخصوص به خود را دارند که از این میان، ۲ میلیون اکانت متعلق به بازاریابان آنلاین است.

^{۱۱} Mark Zuckerberg

^{۱۲} Edward Saverin

در مدت زمان بسیار کوتاهی این برنامه توانست سودآوری به ارزش ۵۰۰ میلیون دلار آمریکا برای سرمایه‌گذاران داشته باشد. با رشد سریع و فراگیر این رسانه اجتماعی سرمایه‌گذاران بیشتری تمایل به سرمایه‌گذاری پیدا کردند. در تاریخ ششم ماه سپتامبر سال ۲۰۱۲، شرکت فیسبوک، برنامه اینستاگرام را به ارزش یک میلیارد دلار آمریکا (به صورت نقد و سهام) خریداری کرد. در سال ۲۰۱۳ رشد اینستاگرام ۲۳٪ بود در حالی که فیس‌بوک به عنوان کمپانی مادر تنها ۳٪ رشد را تجربه کرد. گفته می‌شود اگر اینستاگرام همین رشد را حفظ کند، از فیس‌بوک بزرگتر خواهد شد. کوین سیستروم، از بنیان‌گذاران اینستاگرام و مدیرعامل شرکت فست می‌گوید: این بزرگ‌ترین موجودیت در جهان خواهد بود...

۲-۳. توئیتر:

یک شبکه اجتماعی و سرویس ارائه دهنده ی میکرو بلاگ است که به کاربران اجازه می‌دهد تا ۲۸۰ حرف، پیام متنی را که توئییت نامیده می‌شود، ارسال کنند. توئیتر در مارس ۲۰۰۶ به دست جک دورسی ایجاد شد و در ژوئیه ۲۰۰۶ آغاز به کار کرد. این میکرو بلاگینگ در سال ۲۰۱۲ بیش از ۱۰۰ میلیون کاربر داشت که ۳۴۰ میلیون توئییت در روز می‌فرستند و بیش از ۱,۶ میلیارد جستجو در آن انجام می‌شود. توئیتر در نوامبر ۲۰۰۹ استراتژی اطلاعاتی-شبکه‌ای و اخبارش را با تغییر پرسش پرسیده شده از کاربرها جهت به روزسازی وضعیت‌ها از «چکار داری می‌کنی؟»^{۱۳} به «چه اتفاقی در حال رخ دادن است؟»^{۱۴} تغییر داد. شاخه ی مرکزی توئیتر در سان‌فرانسیسکو، ایالت کالیفرنیا است و دفترهایی نیز در شهرهای بوستون، نیویورک و سن‌آنتونیو دارد. هم‌اکنون توئیتر بیش از ۶۰۰ کارمند دارد و در ۱۶ زبان در دسترس است.

۲-۴. یوتیوب:

۱۴. what are you doing?

۱۵. what is happening?

دومین وبگاه پرتعداد در جهان پس از گوگل و پیش از فیس‌بوک و بزرگترین شاخه ی گوگل است که در نوار ابزار این وبگاه دیده می‌شود.

یوتیوب معروف‌ترین وبگاه بارگذاری و تماشای ویدئو است که توسط سه کارمند سابق پی‌پل در فوریه سال ۲۰۰۵ ایجاد شد. چاد هرلی، استیو چن، و جاوید کریم پس از موفقیت‌های وبگاه فلیکر، تصمیم به ایجاد یوتیوب گرفتند. بیشتر ویدئوهای این شرکت توسط افراد عادی و بعضی از ویدئوها توسط شرکت‌ها و رسانه‌هایی مانند سی‌بی‌اس، بی‌بی‌سی، هیولو، ویوو و برخی سازمان‌های دیگر و برخی توسط خود یوتیوب بارگذاری شوند. افراد ثبت نام نکرده می‌توانند ویدئوها را تماشا کنند، افراد ثبت نام کرده می‌توانند ویدئوها را در کانالشان بارگذاری کنند. فقط کاربران ثبت نام شده ی که اثبات می‌کنند به سن ۱۸ سال رسیده‌اند اجازه ی بارگذاری ویدئوهایی با محتوای احتمالی توهین‌آمیز را دارند.

سرانجام این شرکت توسط شرکت ال‌ال‌سی پایه‌گذاری شد و در نوامبر ۲۰۰۶، توسط شرکت گوگل با قیمت ۱٫۶۵ میلیارد دلار آمریکا خریداری شد و هم اکنون از شاخه‌های گوگل است. یوتیوب از سال ۲۰۰۵ به شکل دوره‌ای در ایران فیلتر می‌شد ولی پس از پخش ویدئوهای مربوط به اعتراضات مردم ایران به نتایج انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸ در ایران به‌طور دائمی فیلتر شد.

در سال ۲۰۱۰ پس از کناره‌گیری چاد هرلی از سمت مدیریت کل یوتیوب، سالار کمانگر، یکی از ایرانیان آمریکا به عنوان مدیر کل یوتیوب منصوب شد.^{۱۵}

فصل دوم:

نقش مدیریت شبکه های اجتماعی

گفتار اول: نقش مدیریت شبکه‌های اجتماعی در ایجاد و گسترش بحران

اخلاق جنسی

آمریکا به عنوان یکی از بازوان قدرتمند حاکمیت رسانه، پس از جنگ جهانی دوم، خود را ابر قدرت دنیا خواند و داعیه‌ی سلطه و حکمرانی بر تمامی پهنه‌ی خاکی را در سر دارد. این کشور از همان ابتدا به تمامی مولفه‌های قدرت توجه ویژه‌ای داشته است. شاید بسیاری از مردم جنگ افزارهای نظامی را مهم‌ترین مولفه‌ی قدرت بدانند؛ اما سکانداران مدیریت آمریکایی نیز به خوبی می‌دانند که فرهنگ، علم، اقتصاد و اطلاعات، از مهم‌ترین مولفه‌های قدرت به شمار می‌روند.

از این رو، این کشور جهت سیطره‌ی کامل بر شرق و غرب، دو استراتژی کلی را در جهان پیش گرفت: یکی ترویج فرهنگ آمریکایی و دیگری تسلط بر ارتباطات و اطلاعات جهانی. پس از موفقیت در دو استراتژی فوق سیطره‌ی اقتصادی، علمی و سیاسی نیز اتفاق خواهد افتاد. در بعد فرهنگ با ترویج فیلم و سریال، موسیقی، پویانمایی، ساخت دستگاههای متعدد بازی و بازی‌های رایانه‌ای، اسباب بازی، تولید و ترویج کتاب، توزیع وسیع محصولات فرهنگی و... از طریق ماهواره و دیگر ابزارهای ارتباطی، خصوصا شبکه‌های اجتماعی تلاش زیادی را برای بسط فرهنگی و شبیخون فرهنگی به تمامی ملت‌ها آغاز کرد. هم‌اکنون فرهنگ‌های سنتی کشور های گوناگون مانند ژاپن، چین، کره‌ی جنوبی، هند و... بر اثر این شبیخون رو به افول بوده و در حال جایگزینی با فرهنگ آمریکایی است.

در بُعد اطلاعات و تسلط بر منابع اطلاعاتی دنیا، با ایجاد پایگاههای متعدد جاسوسی در سراسر عالم، اقدامات خود را آغاز کرد. به عنوان مثال، در سال ۱۹۴۶م آمریکا با همراهی انگلیس، کانادا، استرالیا و نیوزلند به بهانه‌ی مبارزه با نفوذ شوروی، پیمان جاسوسی اوکوسا (ukusa) را امضا کردند. کشورهای یاد شده تحت این پیمان فعالیت‌های خود را در زمینه‌ی جاسوسی از شوروی

به کل جهان تعمیم داده و در اولین اقدام، سیستم جاسوسی جهانی «اشلون»، به عنوان پیمان محرمانه جهت کنترل اطلاعات جهان را راه اندازی کردند.^۱ این کار با اختراع اینترنت شتابی دو چندان به خود گرفت. آمریکا که خود را مالک اینترنت و فضای مجازی می دید، از همان ابتدا حضور چشمگیری در تشکیل نهادها و موسسات مرتبط با اینترنت داشت.

ظواهر امر نشان می دهد که مدیریت اصلی فضای مجازی، ذیل حاکمیت صهیونیزم بین الملل، در اختیار آژانس امنیت ملی آمریکا قرار دارد. هر چند مدیریت انگلیسی و یا حتی مدیریت در سایه ی آژانس های دیگری که ممکن است هنوز کشف نشده باشند نیز دور از ذهن نیست. همکاری نزدیک اطلاعاتی انگلیس و آمریکا، در سال ۱۹۴۶ میلادی که در توافق نامه (UKUSA) مصوب شد، در نهایت به قرارداد «پنج چشم» و پروژه جاسوسی جهانی «اشلون» منتهی شده است. در ابتدا شرکای پنج چشم، به منظور نظارت بر شوروی سابق و بلوک شرق، سیستم نظارتی اشلون (ECHELON) را ساختند. گفته می شود که در آغاز کار، هدف از ایجاد چنین سیستمی مبارزه با تروریسم بوده است. با این حال، بعدها از آن برای نظارت بر مکالمات افراد عادی و همچنین مقامات کشورها استفاده شد. اواخر دهه ۱۹۹۰ وجود اشلون برای عموم مردم مشخص شد. پروژه جاسوسی اشلون از ۱۲۰ ماهواره تشکیل شده که در حال گردش به دور زمین هستند. علاوه بر این ماهواره‌ها، روی زمین نیز گیرنده‌هایی نصب شده تا نقاطی را که ماهواره‌ها قادر به پوشش آن نیستند، پوشش دهند. این ماهواره‌ها و گیرنده‌ها روزانه حدود سه میلیارد تماس تلفنی، فکس و ایمیل را ذخیره می کنند.

تقسیم بندی های گوناگونی برای سازمان های اداره کننده فضای مجازی وجود دارد. یکی از این تقسیم بندی ها سازمان « پنج چشم» است. آمریکا، انگلستان، استرالیا، کانادا و نیوزلند اعضای پنج چشم به شمار می روند. اما باید توجه داشت که کانادا، استرالیا و نیوزلند همچنان مستعمره ی انگلستان به شمار می روند و در حقیقت از خود استقلال سیاسی ندارند. ازین رو باید این سازمان را «دو چشم» نام نهاد نه پنج چشم. در واقع سازمان توسط استعمارگر پیر (انگلستان) و

^۱ شبکه ی عنکبوتی - محمد کهوند ص ۳۷

شیطان بزرگ (آمریکا) اداره می‌شود. به همین دلیل برخی از کارشناسان معتقدند که انگلستان، اداره کننده ی واقعی این سازمان است.

ادوارد اسنودن افشاگر کنونی و پیمان‌کار سابق سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا و پیمانکار سابق آژانس امنیت ملی این کشور، در اسنادی اعلام داشته است که گروه موسوم به «شرکای پنج چشم» عملاً فراتر از برنامه‌های جاسوسی آژانس امنیت ملی آمریکا (NSA)، اقدام می‌کنند. برای مثال، سرفرماندهی ارتباطات دولتی انگلیس (GCHQ) دارای سیستمی است موسوم به «تمپورا» و در آن، اطلاعات شهروندان جمع‌آوری و پردازش می‌شود و البته توجه چندانی به حقوق بشر نمی‌شود. در این روش همه اطلاعات به دقت زیر نظر گرفته می‌شود.

دولت‌های انگلیس و آمریکا با شنود مکالمات تلفنی و جاسوسی از فعالیت‌های اینترنتی مردم، جهانیان را با حقیقت شوک‌آوری مواجه کردند. دو پروژه جاسوسی «پریسم» به مدیریت آژانس امنیت ملی آمریکا و برنامه «تمپورا»، به مدیریت سرفرماندهی ارتباطات دولتی انگلیس، با هدف شنود مکالمات تلفنی و زیر نظر گرفتن فعالیت‌های اینترنتی مردم به وجود آمده‌اند و نمودی بارز از تجاوز به حریم خصوصی افراد هستند.

کابل‌های فیبر نوری - انتقال‌دهنده مکالمات و فعالیت‌های اینترنتی‌ای که از انگلیس می‌گذرد - آمریکا را به اروپا متصل می‌کنند. در پروژه جاسوسی تمپورا، انگلیس با نفوذ به این کابل‌های فیبر نوری تمام اطلاعات انتقالی مردم را جمع‌آوری و در سرفرماندهی ارتباطات دولتی انگلیس ذخیره می‌کند. از سوی دیگر، اکثر فیبرهای نوری هم که از شمال اروپا خارج می‌شوند، از انگلیس عبور می‌کنند.

طبق اسناد موجود سری منتشر شده توسط روزنامه گاردین، روزانه ۶۰۰ میلیون مکالمه تلفنی از سراسر جهان توسط سرفرماندهی ارتباطات دولتی انگلیس ضبط می‌شود. ناگفته نماند که این اداره تمامی یافته‌ها و اطلاعات آژانس امنیت ملی آمریکا را نیز در اختیار دارد و بالعکس.

در حدود ۸۵۰ نفر در آمریکا برای تجزیه و تحلیل داده‌های بسیار زیاد آژانس امنیت ملی آمریکا و یا داده‌هایی که از متحدان این کشور به دست آمده است، در این سازمان مشغول کار هستند.

آژانس امنیت ملی آمریکا نیز یافته‌های خود در پروژه پریسم را در اختیار سرفرماندهی ارتباطات دولتی انگلیس قرار می‌دهد.

البته چنین همکاری نزدیکی در سال ۱۹۴۶ میلادی در توافق‌نامه (UKUSA) مصوب شده است که در نهایت به قرارداد «پنج چشم» و پروژه جهانی «اشلون» منتهی شده است.

واحدهای سری شبکه جهانی جاسوسی «پنج چشم» که از متخصصان آموزش‌دیده تشکیل شده‌اند، در انجام عملیات مخفی آنلاین به منظور حمله، فریب و کنترل ارتباطات آنلاین همکاری می‌کنند. آن‌ها این کار را از طریق انتشار اطلاعات اشتباه و استفاده از تکنیک‌های هوشمندانه انجام می‌دهند. این تیم‌ها برای رسیدن به نتایج دلخواه‌شان، انواع مطالب نادرست را به اینترنت تزریق می‌کنند و از انواع علوم و تکنیک‌ها برای اعمال نفوذ در گفتمان‌ها و فعالیت‌های آنلاین استفاده می‌کنند. این سازمان‌های نظارتی، این اجازه را به خود می‌دهند از افرادی که فعالیت‌های آنلاین سیاسی دارند، اما فعالیت‌هایشان ناقص هیچ گونه قوانینی نیست و ارتباطی هم با تروریسم ندارند، جاسوسی کنند و در کارشان خدشه وارد نمایند.^۲

((Us Cyber Command)) نیز از دیگر مراکزی هستند که در رده ی مدیران فضای مجازی قرار دارند. در نظام فعلی سیاست گذار فضای مجازی کشورمان، قانون گذار و مجری تابع دستوراتی هستند که مستقیماً از برخی نهاد های آمریکایی گرداننده ی فضای مجازی به آنان داده می شود و در واقع معماری و ساختار فضای مجازی کشور در عمل، مطابق خواست حاکمان طراحی و اجرا می شود! در حقیقت سیاست های مدون مدیران و گردانندگان فضای مجازی و شبکه های اجتماعی برای اعمال و اجرا نیازمند مجریانی توانمند و متبحر در فناوری اطلاعات و ارتباطات است. مالکان موتور های جستجو، شبکه های اجتماعی سرویس ایمیل تولید کنندگان بازی سخت افزار و نرم افزار مدیران تارنماهای معروف و مشهور جهان گردانندگان شرکت های تولید فیلم و پویانمایی و ... همگی مجریان طراحی های مالکان و مدیران فضای مجازی می باشند.^۳

در رابطه با مجریان فضای مجازی چند نکته جالب توجه وجود دارد:

^۲. سایت پروژه ی جاسوسی پنج چشم

^۳. شبکه عنکبوتی-محمد کهوند ص ۴۴

۱- اغلب مجریان فضای مجازی یهودی هستند. مدیران شرکت های چند ملیتی و رسانه های معروفی چون ((گوگل))، ((فیس بوک))، (شرکت های چند منظوره ی فضای مجازی)، ((اپل)) و.... در این گروه قرار دارند.

۲- مجریان فضای مجازی، نهایت همکاری را با بنگاه های جاسوسی تحت اشراف و مدیریت آمریکا دارند. در اسناد منتشر شده از جاسوسی های گسترده ی آژانس امنیت ملی آمریکا، نام شرکت هایی چون: گوگل، اپل، مایکروسافت، فیس بوک، یوتیوب، اسکایپ و... به چشم می خورد.

۳- در لیست تاثیر گذارترین یهودیان جهان که هر ساله در روزنامه ی ((اورشلیم پست)) رژیتم اشغالگر قدس منتشر می شود، مجریان فضای مجازی، جزء ۵۰ نفر اول می باشند. به عنوان مثال: ((مارک زاکر برگ))، مدیر عامل فیس بوک، اینستاگرام، و واتس اپ، در سال ۲۰۱۱م، رتبه ی اول این لیست را به دست آورد. این در حالی بود که بنیامین نتانیا هو، پس از وی حائز رتبه ی دوم شده بود. سایر مجریان نیز در این لیست به تناوب در رده های گوناگون قرار دارند. به عنوان مثال: ((سرگئی برین))،^۴ بنیانگذار گوگل، در سال ۲۰۱۳م، رتبه ی ۶ را به دست آورد. در همین سال ((شریل سند برگ))^۵، از مدیران ارشد فیس بوک، رتبه ی ۸ را به خود اختصاص داد و ((استیون اسپیلبرگ))^۶، کارگردان مشهور یهودی، در رتبه ی سیزدهم و ((لنا دانهام))^۷، مدیر تلویزیون، نویسنده، تهیه کننده، کارگردان و هنر پیشه ی آمریکایی، در سال ۲۰۱۴م، در رتبه ی ۳۸ این لیست قرار گرفتند.

^۴ sergey brin.
^۵ sheryl sandberg.
^۶ steven spielberg.
^۷ lena dunham.

گفتار دوم: نقش مدیریت نفوذ و تاثیر گذاری در شبکه های اجتماعی

نفوذ در لغت به معنای فر رفتن تیر در نشانه و بیرون آمدن آن از طرف دیگر است و به معنای اثر کردن و جاری بودن امر و حکم نیز هست،^۸ و در اصطلاح فضای مجازی؛ یعنی ورود به حیطه های ذهنی، احساسی، و رفتاری کاربران جهت تاثیر گذاری بر آنان. از جمله اقدامات بنیادین طراحان شبکه ی عنکبوتی، شناخت حیطه های گوناگون شخصیتی افراد است تا از طریق آن به لایه های مختلف ذهنی-شناختی، احساسی و رفتاری افراد دست یازند و با استفاده از روش هایی، نسبت به تغییر ذهنیت، احساس و رفتار مخاطبان اقدام کنند. برای تفهیم مطلب، حیطه ها و ابعاد مختلف شخصیتی افراد تبیین می گردد.

۱. حیطه های نفوذ

انسان دارای دو بعد روحی و جسمی است که هر یک از این دو بعد متشکل از قوا و نیرو هایی است که انسان است که انسان را در رسیدن به سر منزل مقصود یاری می کنند. روح انسان به عنوان عنوان بعد ماندگار وی، برای رشد و تعالی نیازمند نیروها و قوایی است که او را در مسیر الهی یاری می کند. به طور قطع آنچه موجب سعادت یا شقاوت انسان می گردد، نوع تربیت و تغذیه ی روحی اوست. با شناخت دقیق روح و قوای آن به عنوان بعد نرم افزاری انسان، می توان مجاری نفوذ شیطان را-که در عصر کنونی از ابزارها و روش های مبتنی بر رسانه و فضای مجازی نهایت استفاده را می کند-شناخت و برای آن تدبیر لازم را اندیشید. نیروها و قوه هایی که خدای متعال برای رسیدن بشر به کمال مطلوب در او به ودیعه نهاده، به دو دسته ی کلی تقسیم می شوند: یا این نیرو ها به درک مسائل پیرامونی و تجزیه و تحلیل اطلاعات می پردازند(قوه ی مدرکه) و یا مانند موتوری محرکه انسان را به انجام عمل یا دست کشیدن از عمل خاصی وا می دارند(قوای محرکه).
مجموع نیروهای پیش گفته موجب تمایز انسان از سایر موجودات می شود:

^۸ فرهنگ عمید ص ۱۰۶۴.

۱-۱. قوای مدرکه

وظیفه‌ی اصلی قوای مدرکه، دریافت، تجزیه و تحلیل اطلاعات و در مرحله‌ی آخر، صدور آن به عنوان تصمیم و زمینه‌سازی برای تبدیل آن به رفتار توسط قوای مدرکه است. در واقع، اینکه چه اطلاعاتی به انسان برسد و آن را چگونه تجزیه و تحلیل کند، زمینه‌ی بسیار مهمی برای رفتار سازی انسان است. زیرا برآیند قوای مدرکه نهایتاً منجر به تحریک قوای محرکه جهت تعیین رفتار می‌شود.

اگر برآیند فوق به هر یک از قوای محرکه نفسانی یا فطری تحویل شود، و مبنای تجزیه و تحلیل اطلاعات غلط باشد، انسان از انسانیت خود دور می‌شود و در صورتی که مبنای تجزیه و تحلیل و پردازش آن صحیح باشد، انسان به سوی سعادت گام برمی‌دارد. عقل و وحی مبنای تشخیص صحت ورود و پردازش اطلاعات هستند. بنابر این، بررسی روند ورود اطلاعات و پردازش آن در انسان بسیار ضروری است. از بررسی دقیق این روند، منافذ و روش‌های نفوذ و تاثیر گذاری بر انسان به دست می‌آید.

قوای مدرکه به دو گروه تقسیم می‌شود که عبارتست از:

۱-۱-۱. قوای مدرکه ظاهری

متشکل از حواس لامسه، چشایی، بویایی، شنوایی و بینایی. آنچه بر عهده‌ی این پنج حس گذاشته شده، وارد کردن اطلاعات پیرامونی و قابل حس و درک به وجود انسان است.

حواس نامبرده تنها به عنوان دستگاه ورود اطلاعات عمل می‌کنند و در تجزیه و تحلیل اطلاعات نقشی ندارند. استعمار فرانو دقیقاً از همین جا و از همین منفذ برای وارد کردن اطلاعات مد نظر خود استفاده می‌کند و تمامی تولیدات سمعی و بصری خود را از طریق حواس به انسان‌ها تحمیل می‌کند. پر واضح است، در صورت ورود اطلاعات نادرست و نامناسب از طریق قوای ظاهری، احتمال خطا در تصمیم‌گیری اشتباه انسان بسیار بالا می‌رود

۱-۱-۲. قوای مدرکه باطنی

مهم‌ترین قوای مدرکه‌ی باطنی: حس مشترک و قوای خیال، متصرفه، واهمه، حافظه و عاقله می‌باشند.

به‌طور کلی، وظیفه‌ی این قوا دریافت تشخیص تجزیه و تحلیل اطلاعات وارد شده توسط ابزارهای ورودی اطلاعات و در نهایت، تصمیم‌سازی و صدور فرمان است.

هرچیزی که موجب اختلال در فرآیند یاد شده گردد، قطعاً در مرحله‌ی صدور فرمان نیز ایجاد اختلال و انحراف می‌کند. بنابراین، فهم فرآیند تصمیم‌سازی در انسان، می‌تواند در اتخاذ روش‌های نفوذ و تاثیرگذاری کمک‌شایانی کند. از این رو، مجموع تولیدات استعماری از طریق ابزارهای سخت و نرم و در قالب‌های وب‌تارنما، شبکه‌ی اجتماعی، بازی، فیلم، پویا‌نمایی، موسیقی، کتاب الکترونیک، اخبار، تصاویر، وبلاگ، پادکست و مستند، به‌صورت کاملاً مدیریت شده در اختیار کاربران قرار می‌گیرد تا در محاسبات قوای مدرکه، انسان را دچار خطا و اشتباه کند.^۹

۲-۱. قوای محرکه

انسان ذاتاً و به‌صورت غریزی به برخی امور گرایش دارد. این گرایش و تمایلات ذاتی، در صورتی که تحت تدبیر عقل باشد، به‌سوی خیر و صلاح و در غیر این صورت، به‌خسران می‌انجامد. آدم برای حرکت به‌سوی گرایش‌های خود، نیازمند قوا و نیروهایی است که مانند موتور محرکه او را برای رسیدن به مطلوبش به حرکت درآورند. تمام اعمال انسان‌ها در نهایت توسط این قوا و نیروهای محرکه انجام می‌شود؛ خواه اعمال نیک باشد یا ناصالح. این قوا به دو دسته‌ی کلی تقسیم می‌گردد:

۱-۲-۱. قوای محرکه‌ی نفسانی

این قوا به‌سوی تمایلات نفسانی گرایش دارند و انسان را به حرکت در این مسیر وادارند و از دو قوه‌ی غضبیه و شهویه تشکیل می‌شوند.

^۹ شبکه‌ی عنکبوتی محمد کهوند ص ۱۴۶

قوای محرکه ی نفسانی، به عنوان نیروی محرکه ی انسان به سوی دفع ضرر و زیان جلب منفعت مادی عمل می کنند و در صورت حذف آن از وجود انسان، ساده ترین امور مختل میشود. به عنوان مثال، در صورت حذف قوه ی شهویه با این که از نظر قوه ی عقل باید غذا بخورد اما میلی به خوردن غذا ندارد و با توجه به اینکه از جهت عقلی توالی نسل برای حیاتش بسیار ضروری است، انگیزه ای برای آن در او پیدا نمی شود.

همچنین، با حذف قوه ی غضبیه با اینکه هر عقل سلیمی هنگام حمله ی دشمن به واکنش سریع و حکیمانه وادار می شود، اما نبود قوه ی غضبیه موجب می شود انسان نسبت به دفع دشمنان اقدامی انجام ندهد. بنابراین، وجود دو قوه ی غضبیه و شهویه برای حیات بشر ضروری است.

۱-۲-۲. قوای محرکه ی فطری

کار این قوا سوق دادن انسان به فطریات الهی است که بشر را به حرکت در مسیر فطری وادار می دارند و از مواردی مانند خداجویی، خداپرستی، کمال جویی، زیبایی شناختی، زیبایی گرایی و... تشکیل شده اند.

از آنجا که هدف اصلی آفرینش انسان مربوط به دنیای فعلی نیست؛ بلکه انسان برای جهانی دیگر و اهداف مرتبط با آن خلق شده است، لازمه ی حرکت به سوی ابدیت و جهان پس از مرگ داشتن نیروهایی است که انسان را به سوی کمال حقیقی، خداجویی، خداپرستی و... سوق می دهند که خالق متعال آن را فطرتاً در نهاد هر انسانی قرار داده و اگر این قوا در وجود انسان نبود، بشریت هرگز روی سعادت را به خود نمی دید.

بنابراین، همان گونه که بیان شد، منشأ تمام اعمال خوب و بد بشر، قوای محرکه است؛ اما این قوا برای انجام عمل ارادی، از خود استقلال اولیه ندارند؛ بلکه قوای دیگری باید آن تحریک کرده و به حرکت در آورند. همانگونه که بیان شد از این قوا به قوای مدرکه تعبیر می شود.^{۱۰}

^{۱۰} همان ص ۱۴۸

۳-۱. نقش قوه ی واهمه و متخیله در فرآیند نفوذ

برای توضیح فرایند نفوذ در این قوا باید به اختصار پیرامون دو قوه ی متخیله و واهمه توضیحاتی ارائه شود:

متخیله و واهمه دو قوه ی مهم و تاثیر گذار در تعیین سعادت و شقاوت انسان هستند. تمام اطلاعاتی که پیرامون انسان توسط حواس پنج گانه به ذهن منتقل می شود، در قوه ی خیال ثبت می گردد که چنانچه این اطلاعات غلط، نامناسب، ناقص، و جهت دار باشند، قوه ی خیال به انبار اطلاعات دور از حقیقت الهی و نیازمندی های واقعی بشری تبدیل می گردد. پس اگر حواس انسان به عنوان ابزار ورودی اطلاعات در خدمت نفس باشند، قوه ی خیال را به محل ذخیره اطلاعات نامناسب تبدیل می کنند.

این چنین ذهنی به بهترین جولانگاه شیطان تبدیل می شود؛ یعنی شیطان، قوه ی خیال انسان را به منزله ی گنجینه ای ارزشمند برای خود می داند و با وسوسه ی دائمی، تخیلات انسان را در اختیار می گیرد؛ زیرا قوه ی وهمیه به صورت ذاتی، به نفسانیات گرایش دارد و علاقه مند است آنچه را که به آن میل دارد، توسط اعضا و جوارح به دست آورد و خود را سیراب گرداند. همچنین میل دارد که توسط وسوسه های شیطانی از میان انبوه اطلاعات خوب و بد ضبط شده در قوه ی خیال، به اطلاعات نامناسب رجوع کند و یا فهم و برداشتی که از ارتباط این اطلاعات با یکدیگر کسب می کند، سمت و سوی نفسانی داشته باشد نه الهی. این فرآیند موجب تقویت قوه ی متخیله و تضعیف قوه ی متفکره می شود. به همین جهت شریعت ناب محمدی صلی الله علیه و آله بر کنترل چشم، گوش، بینی، زبان، دست و پا تاکید فراوانی کرده است و علمای اخلاق نسبت به کنترل خیال سفارش زیادی داشته اند.^{۱۱}

امام خمینی ره می فرمایند: «این ممالک سبعة (گوش، چشم، زبان، شکم، فرج، دست و پا) در تحت تصرف وهم هستند، زیرا وهم سلطان قوای ظاهره و باطنه ی نفس است، پس اگر وهم بر آنها حکومت کند این قوا جنود شیطان می شوند و مملکت وجود انسان تحت سلطنت شیطان خواهد شد و لشکر رحمان و جنود عقل شکست خورده و از نشئه ی ملک و دنیای انسان هجرت می نمایند و مملکت خاص شیطان

^{۱۱} برای اطلاعات بیشتر رک: معراج السعاده. ملاحمد نراقی و شرح مراتب طهارت داوود صمدی آملی ج ۱.

گردد و اگر وهم تحت تصرف عقل و شرع، در آنها تصرف نماید و حرکات آنها در تحت نظام عقل و شرع باشد، مملکت، رحمانی و عقلانی شود و شیطان و جنودش از آن رخت خواهند بست.^{۱۲}

با این اوصاف، سیر تدریجی حاکم شدن قوه ی واهمه به این شکل است که شیطان در ابتدا با کنترل مبادی ورود اطلاعات (قوای مدرکه ظاهری)، نامناسب ترین اطلاعات را به بخش تجزیه و تحلیل اطلاعات (قوای مدرکه ی باطنی) وارد می سازد، سپس با القائات سوء خود، قوه ی واهمه و متخیله را به کار می اندازد. این مبدأ شر (شیطان)، تخیلات بی موردی را در قالب وسواس به ذهن انسان می اندازد که دو نتیجه را در بر دارد:

الف) منجر به عمل نمی شود و خیال محض است: در این صورت، تخیلات بی مورد فقط محل آرزوها و آمال دروغین و اندیشه های فاسد می باشد؛

ب) منجر به عمل می شود و انسان را به گناه وامی دارد؛ در این صورت، این وسوسه ها قوه ی واهمه ی انسان را مشغول ساخته و این قوه موجب بر انگیزته شدن میل می شود و پس از تحریک قوای محرکه، مقدمات ورود تدریجی به گناه را مهیا می سازد.^{۱۳}

اگر این روند به صورت دائمی درآید، به جای اینکه عقل تدبیر امور را در دست بگیرد، به تدریج وهم بر تمامی قوا حاکم می شود و پس از مدتی، عقل نیز تحت سیطره وهم در می آید و انسان به جای خداپرستی، به نفس پرستی و شیطان پرستی می رسد.

با نگاهی به آیات قرآن کریم، معلوم می شود که خدای متعال با بیانی دقیق به شیوه های شیطان برای ایجاد فساد و فحشا اشاره کرده و می فرماید «یا ایها الذین آمنوا لا تتبعوا خطوات الشیطان ومن یتبع خطوات الشیطان فانه یأمر بالفحشاء و المنکر». ^{۱۴} ای کسانی که به خدا ایمان آورده اید! مبادا از شیطان پیروی کنید؛ چرا که هر کس قدم به قدم از پی شیطان رفت، وی را به کار زشت و منکر وا می دارد.

^{۱۲} چهل حدیث امام خمینی ره ص ۶.

^{۱۳} برگرفته از چهل حدیث ص ۴۰۰.

^{۱۴} نور ۲۱.

علامه طباطبایی ره در ذیل آیه ی شریفه می نویسد: «کلمه ی یأمرُ از امر است، به معنای اینکه آمده اراده ی خود را به مامور تحمیل کند، تا مامور آنچه را او خواسته انجام دهد و امر از شیطان عبارتست از وسوسه ی او و اینکه آنچه را که از انسان می خواهد به وسیله ی اخطار آن به قلب آدمی و جلوه دادن آن در نظر او، بر انسان تحمیل نماید. مراد از پیروی خطوات شیطان این است که بنده ی خدا به چیزی تعبد کند و آن را عبادت و اطاعت خود قرار دهد که خدای تعالی هیچ اجازه ای در خصوص آن نداده باشد؛ چون خدای تعالی هیچ مشی و روشی را منع نکرده مگر آن روشی را که آدمی در رفتن بر طبق آن پای خود را جای پای شیطان بگذارد و راه رفتن خود را مطابق راه رفتن شیطان کند، در این صورت است که روش او پیروی گام های شیطان می شود».^{۱۵}

پس قوای محرکه تحت تاثیر این فرآیند اعمالی را مرتکب می شوند که شیطان دوست دارد و انسان را در زمره ی «اولئک کالانعام بل هم اضلُّ اولئک هم الغافلون»^{۱۶} ایشان چون چهارپایانند بلکه آنان گمراه ترند. ایشان همان غفلت زدگانند. جای می دهد، حال آنکه دلیل مبعوث شدن پیامبران و ائمه علیهم السلام این بود که به وسیله ی شریعت و کتابهای آسمانی، جلوی طغیان انسان را بگیرند تا نفس او تحت تربیت دین به سعادت ابدی برسد و برای رسیدن به این امر، انسان نیازمند تمامی این قواست؛ اما هر یک جایگاه مخصوصی دارند که در کلام رهبران آسمانی به خوبی تبیین شده است.

دلیل عمده ی تسخیر انسان ها توسط حاکمان رسانه ها، حاکم شدن قوه ی وهم و خیال در انسان و منزوی بودن عقل است. این مهم باید روشن شود تا انسان در طول حیات مادی خویش اجازه ندهد که مراتب عالی وجودش به میدان های شهوت، غضب و وهم وارد شود؛ بلکه اعمال او از مبدأ خیر نشأت بگیرد نه از مبدأ شر.

سید شهیدان اهل قلم در این زمینه میگوید: «اهل سلطه برای تسخیر دیگران از طریق ضعف ها و نقص ها و نیاز های آنان وارد عمل می شوند. خرگوش را با هویج می فریبند، موش را با پنیر و کبوتر را با دانه. فی المثل، دیدن فیلم (بروسلی)، (جیمیز باند) یا (رمبو) می تواند مخاطب مستعد را از طریق پاسخ های مناسبی که به نیازهای کاذب قوه ی غضبیه اش می دهد، از خود بیگانه کند به تسخیر کامل

^{۱۵}. ترجمه ی تفسیر المیزان ج ۱ ص ۶۳۴.

^{۱۶}. اعراف ۱۷۹.

بکشاند و استعداد‌های بالقوه شیطانی اش را در این جهات به فعلیت برساند. تماشاگری این چنین رفته رفته در توهمی که از وجود بروسلی یا رمبو به او ارائه شده است، استحاله می‌یابد. تکرار و استمرار به تثبیت خصایل و ملکاتی می‌انجامد که از این طریق یافته است و بیش از پیش امکان بازگشت به اصل فطری خویش را از دست می‌دهد و کارش به جنون می‌کشد؛ جنونی بسیار عمیق تر و ریشه دار تر از آن جنون اصطلاحی که ناشی از عوارض روحی و عصبی است. در فیلم‌های ترسناک، تسخیر روانی تماشاگر از طریق قوه ی واهمه انجام می‌گیرد.^{۱۷}

اکنون با توجه به تصریح آیه ی قرآن مبنی بر وجود شیاطین انسان نما، مالکان رسانه و گردانندگان و مدیران شبکه‌های اجتماعی با استفاده از روش‌هایی با سیر تدریجی و گام به گام و مشغول ساختن قوای واهمه و متخیله به موارد نامناسب، قوای محرکه ی انسان‌ها را تحت تدبیر و مدیریت قوه ی وهم به حرکت در می‌آورند و بشریت را به سوی حیوانیت و حتی پایین تر از آن سوق می‌دهند. بدینسان حکومت بر ملت‌ها آسان شده و با کم‌ترین دشواری مواجه می‌گردد.

۲. راهبردهای نفوذ و تاثیر گذاری شبکه اعم از مهندسی اطلاعات ومهندسی ارتباطات

دشمن برای تاثیر گذاری و نفوذ در دو قوای مدرکه و محرکه و به کار انداختن قوه ی وهم و خیال در راستای اهداف خود، لاجرم باید اطلاعات را به گونه ای مدیریت کند تا بتواند به اهداف خود دست یابد. از این رو، عموماً از راهبرد های زیر برای مدیریت اطلاعات کاربران استفاده می‌کند:

۲-۱. انحصار اطلاعات

یکی از مهم ترین راهبردهای نفوذ در کاربران، انحصار اطلاعات است. شعار زیبای (آزادی اطلاعات و ارتباطات)، یک سیاست آمریکایی است که در زمان پایان جنگ جهانی توسط این کشور در تمام دنیا طنین انداز شد. این سیاست برای آمریکا آنقدر مهم و اصولی است که جان

^{۱۷}. آیینه جادو ص ۲۳-۲۴.

فاستردالس وزیر امور خارجه ی اسبق آمریکا می گوید: «اگر قرار بود که اختیار داشته باشم فقط یک اصل، و نه اصل دیگری برای سیاست خارجی ایالات متحده ی آمریکا در نظر بگیرم، علاقه داشتم آن را بر اصل "جریان آزاد اطلاعات" استوار سازم.»^{۱۸}

استعمار فرانو با ایجاد انحصار رسانه ای و در اختیار گرفتن روزنامه، مجله، رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت و... سر دادن شعار آزادی ارتباطات و اطلاعات، در واقع آزادهای را طراحی کرده است که در این «آزادراه اطلاعاتی»، کاربران، تنها اطلاعاتی را که صاحبان رسانه اراده کرده اند، می بینند و از دیدن اطلاعات حیاتی و یا مهم دیگر محروم می شوند.

مقام معظم رهبری حفظه الله در این زمینه می فرماید: «امروز جاده رسانه ای و ارتباطات یک جاده ی دو جانبه و چند جانبه نیست یک جاده ی یک طرفه است یعنی باید گفت: آنچه را که صاحبان قدرت های رسانه ای و امپراتوری رسانه می پسندد، با استفاده از علم و فن آوری پیشرفته به زوایای دنیا منتشر و منعکس می کنند.»^{۱۹}

۲-۲. انفجار اطلاعات

از طریق ارائه ی حجم اطلاعات گسترده به کاربران، باعث می شوند که آنان حتی فرصت بررسی بسیاری از آنها را نداشته باشند، چه رسد به تجزیه و تحلیل آن. همچنین می توان با انبوه سازی اطلاعات بی فایده و غیر اولویت دار، ذهن ملت ها را به چیزی مشغول کرد و آنان را از امور مهم بازداشت. به طور مثال، در شامگاهی که دو کشور آلمان و برزیل بازی نیمه نهایی فوتبال جام جهانی ۲۰۱۴ برزیل را برگزار میکردند و در انتها نتیجه ی بسیار عجیب و دور از احتمال ۷ به ۱ به سود آلمان را رقم زدند، رژیم غاصب صهیونیستی با طراحی قبلی و استفاده از غفلت بوجود آمده، به نوار غزه حمله ور شد. در واقع، برای اینکه ذهن ها از این حمله ددمنشانه منصرف شود، بازی باید با نتیجه ای به پایان می رسید که تمام دنیا به مدت چند روز تنها در مورد آن صحبت کنند و از مظلومیت فلسطینیان غافل شوند. روند بمباران اطلاعاتی مدیریت شده، با حذف فرصت تفکر، به استحمار و سپس استثمار بشریت منجر می شود.

^{۱۸}. ارتباطات و سلطه ی فرهنگی، هریت شیلر ص ۹۲.

^{۱۹}. بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار مدیران و برنامه سازان رسانه ای کشورهای مختلف ۱۳۸۵/۲/۲۶.

۲-۳. ارائه‌ی اطلاعات نادرست

از دیگر راهبردهای مهم دستگاه تبلیغاتی شبکه‌های اجتماعی برای نفوذ در ذهن‌ها، ارائه‌ی اطلاعات نادرست است. هرگاه اطلاعاتی که در اختیار کاربر قرار می‌گیرد، ناقص، آمیخته با باطل، جهت‌دار، همراه با مغالطه یا پنهان کردن بخشی از واقعیت باشد و صحت نداشته باشد، در دایره‌ی اطلاعات نادرست می‌گنجد. این روند به تصمیم‌گیری ناصحیح دولت‌ها و ملت‌ها منجر می‌شود. از این رو، استعمارگران، با استفاده از ترفند‌های گوناگون و به‌کارگیری ظرفیت عظیم رسانه‌ی خود، اطلاعات را به صورت نادرست در اختیار کاربران قرار می‌دهند. توجیه افکار عمومی برای حمله انگلستان و آمریکا به عراق، بر اساس اطلاعات نادرستی بود که دستگاه‌های تبلیغاتی در مدت زمان مناسب و با حجم عظیمی به سمت مخاطبان جهانی سرازیر کردند.

افکار عمومی بر اساس این اطلاعات، گمان می‌کرد که در عراق سلاح هسته‌ای وجود دارد، در حالی که دروغی بیش نبود.

۲-۴. در دسترس قرار دادن اطلاعات نامناسب

در اختیار قرار دادن اطلاعات نامناسب، از دیگر راهبردهای طراحان شبکه‌های اجتماعی است. منظور از اطلاعات نامناسب اطلاعاتی است که دیدن، شنیدن و در یک کلام دانستن آن اصلاً برای کاربر صحیح نیست. مثلاً اگر کودکی با محتوای مربوط به خشونت فراوان مزدوران داعشی مواجه شود، یقیناً آسیب خواهد دید و دچار مشکلات عدیده‌ای خواهد شد. برخی از اطلاعات نیز برای هیچ‌یک از کاربران مناسب نیست. به عنوان نمونه، مواجه شدن با تصاویر غیر اخلاقی، برای تمام رده‌های سنی و صنفی نامناسب است. مسائل غیر اخلاقی، سرقت، خشونت، شیطان‌پرستی و... از مهم‌ترین محتواهایی است که از طریق رسانه‌ها منتشر می‌شود و جزء اطلاعات نامناسب قرار می‌گیرد.

۳. روش‌های ایجاد تغییر در اندیشه، احساس و رفتار کاربران در حوزه‌ی

اخلاق جنسی:

مدیران شبکه‌های اجتماعی، در پس برنامه‌های گوناگون خود در مراحل جذب، نفوذ و تاثیرگذاری اهداف متنوعی را دنبال میکنند، که مهمترین اهداف پروژه آنها در مرحله تاثیرگذاری نهفته است.

آنچه بیش از هرچیزی در میان اهداف متکثر گردانندگان فضای مجازی نمود دارد، در سه حیطه ذیل خلاصه میشود:

الف) تسخیر ذهن و استعمار افکار_پیش

ب) تسخیر احساس و استعمار علائق و گرایش‌ها_گرایش

ج) تسخیر رفتار و استعمار اعمال_کنش

اگر مدیران و طراحان شبکه‌های مجازی به اهداف مذکور دست یابند، بشر مدرن قرن ۲۱ و ما بعد آن را به ربات‌هایی تبدیل میکنند که به راحتی میشود بر آن حکومت کرد.

هدف اساسی مدیران این است که بتوانند تعیین کنند کاربرشان، چگونه و چه زمانی فکر کند و به چه چیز بیندیشد. و همچنین آنان تعیین کنند که کاربران چگونه ابراز علاقه نمایند، چگونه بخورند، لباسشان به چه معیاری تهیه شود، چطور بنویسند و حرف بزنند، با چه کسانی رابطه داشته باشند، دین و مذهبشان چه باشد.

این بالاترین استعماری است که تاریخ بشریت به خود دیده و میتوان آن را استعمار فرانو و طاغوت نو ظهور نامید.

بانیان فضای مجازی برای ایجاد تغییرات بنیادین در روح و روان هریک از مخاطبان، نیازمند ایجاد تغییر در سه حیطه مهم ذهن، احساس و رفتار کاربران و در نهایت حاکمیت بر آنها هستند. مقام معظم رهبری (حفظه الله) میفرماید:

«امروز دستگاه‌های تبلیغات فوق مدرن غربی، برای ذهن‌ها و فعالیت‌ها و احساسات و اراده شما (جوانان) طرح عملیاتی تهیه می‌کنند».^{۲۰}

^{۲۰} بیانات رهبری در دیدار جوانان و فرهنگیان در مصلاهی رشت، ۱۳۸۰/۲/۱۲

همانطور که بیان گردید، مدیران شبکه‌های اجتماعی در پی تاثیر گذاری و ایجاد تغییر و رفتار سازی در سه حیطه مهم هستند:

الف) تغییر در ذهن و بینش مخاطب

ب) تغییر در میل و گرایش مخاطب

ج) تغییر در رفتار و کنش مخاطب

پس از بیان حیطه‌های اثر گذاری و ایجاد تغییر، باید به مدیریت روش‌های تاثیر گذاری کاربران در شبکه‌های اجتماعی پردازیم.

۳-۱. مدیریت روش‌های تغییر در بینش و ذهن مخاطب:

بینش و ذهنیت افراد و تاثیر بر آن از بیشترین اهمیت نسبت به سایر موارد برخوردار است. از این رو بیشترین تلاش دشمن در شبکه‌های مجازی تاثیر گذاری بر این حوزه و حیطه کاربران است. در اهمیت این حیطه همین بس که امام امت (حفظه الله) میفرمایند:

«هدف تهاجم فرهنگی دشمن این است که ذهن مردم را عوض کند، از راه اسلام منصرف نمایند و از مبارزه ناامید سازد.»^{۲۱}

۳-۱-۱. تضعیف ایمان و دعوت به کفر

در شبکه‌های اجتماعی مانند تلگرام، فیسبوک، اینستاگرام و ... کانال‌های ضد خدا و اسلام و... تضعیف ایمان مخاطب و کشاندن گام به گام مخاطب به سمت کفر و بی دینی و عدم تقید به آموزه‌های دینی در زمینه مسائل جنسی و سوق دادن مخاطب به سوی آزادی جنسی و به اعتراف کشاندن مخاطبان در اخلاق و رفتار جنسی، از نحوه‌های عملکرد مدیران شبکه‌های اجتماعی در روش تاثیر گذاری در این حیطه میباشد.

۳-۱-۲. خرافه خواندن عقاید

^{۲۱} .بیانات رهبری در دیدار کارگران و فرهنگیان کشور، به مناسبت (روز کارگر) و (روز معلم) ۷۲/۲/۱۵.

خرافه خواندن و قدیمی دانستن مفاهیم دینی، از جمله روش‌های پرکاربرد در این حیطه است. اهمیت این روشها تا آنجاست که در ۹ آیه از قرآن کریم^{۲۲} به این روش صراحتاً اشاره شده است. وقتی معاندان و مخالفان، آموزه‌های دینی را اسطوره‌های مندرس و قدیمی میخوانند، تلاش میکنند ذهنیت مخاطبان را نسبت به مفاهیم و آموزه‌های دینی عوض کنند. به عنوان مثال خداوند متعال با اشاره به این روش دشمنان می‌فرماید: «و اِذَا تُتْلَىٰ عَلَيْهِمْ آيَاتُنَا قَالُوا قَدْ سَمِعْنَا لَوْ نَشَاءُ لَقُلْنَا مِثْلَ هَذَا اِنْ هَذَا اِلَّا اَسَاطِيرُ الْاَوَّلِينَ.»^{۲۳} امروز نیز در شبکه‌های اجتماعی با قدیمی خواندن

افکار و عقاید والدین دلسوز و مذهبی، عقب افتاده دانستن دختران محجبه و پسرانی که محاسن خود را نمیتراشند، به کار بردن واژه‌هایی چون افراطی، متحجر برای طیف حزب‌اللهی و تحریف معنای آن و ... سعی میکنند ذهن کاربران را نسبت به عقاید، رفتار، روش‌های تربیتی، شیوه حکومت‌داری و ... مشوش و مخدوش نمایند و از پیوستن دیگران به این طیف فکری جلوگیری کنند.

شبکه‌ی به اصطلاح اجتماعی فیس‌بوک، بازی‌های رایانه‌ای، فیلم‌ها و سریالهای ماهواره‌ای که روند آن از فیلم‌های کره‌ای به سمت فیلم‌های ترکیه‌ای تغییر کرد در پی به نمایش در آوردن فضایی است که در آن عقاید دینی و دین‌داری پوچ، کهنه و ناکارآمد به نمایش در می‌آید.

مباحث اعتقادی و حوزه‌ی زنان، بیش‌تر در معرض تیرهای زهر آگین رسانه‌های نو ظهور و شبکه‌های اجتماعی می‌باشند. با نگاهی دقیق به پویانمایی‌های ماندگار گیسو کمند در هتل ترانسیلوانیا ۱ و ۲- کرودز- و ... زندگی عقیفانه‌ی دختران، نبود روابط نامشروع قبل از ازدواج، رعایت حریم محرم و نامحرم، قدیمی، پوچ و منتسب به افکاری مالیخولیایی نمایش داده می‌شود.

و در این شبکه‌ی به اصطلاح اجتماعی، صفحه‌ای تحت عنوان آزادی‌های یواشکی توسط یکی از عناصر ضد انقلاب و فراری به نام مسیح‌علینژاد راه‌اندازی شد که در این صفحه رعایت

^{۲۲} . انعام/۲۵، انفال/۳۱، نحل/۲۴، مومنون/۸۳، فرقان/۵، نمل/۶۸، احقاف/۱۷، قلم/۱۵، مطفین/۱۳

^{۲۳} . انفال/۳۱.

عفاف و حجاب حفظ حریم خصوصی وقار و متانت زن به عنوان یک عقیده ی پوچ و خرافی نمایش داده می شود و داشتن رابطه با جنس مخالف به صورت نامشروع و عدم تقید به حجاب و عفاف را یک سبک زندگی نوین و مدرن تلقی کرده و دیگران را نیز به این سمت و سو جهت می دهد.

۳-۱-۳. جا به جایی نقاط ضعف و قوت

جابه جایی نقاط ضعف و قوت کاربران، در تغییر نگرش آنان نقش به سزایی دارد. در این روش مدیران و گردانندگان شبکه های اجتماعی و برنامه ریزان جنگ نرم، نقاط قوت کاربران را نقطه ی ضعف آنان بیان می کنند و نقاط ضعفشان را نقطه ی قوتشان بر می شمارند. اگر این ترفند نتیجه بدهد کاربر مانند یک عروسک کوکی بعد از کوک شدن در یک مسیر خاصی قرار خواهد گرفت و باقی مسیر را خود خواهد پیمود و سیر تدریجی خروج از دایره ی انسانیت را دنبال خواهد کرد.

به عنوان مثال، در حوزه ی زنان، نقطه ی قوت آنان حیا، وقار و متانت است و کرامت او به پاکدامنی و پاسداشت حریم خانه و خانواده است؛ اما در شبکه های اجتماعی، این نقطه ی قوت نه تنها بهایی ندارد، بلکه به عنوان نقطه ی ضعف او معرفی می گردد.

حیا و حجاب، مانعی برای آزادی های بی حد و حصر او نمود پیدا می کند و اگر تمرکزش در خانه و خانواده باشد به شخصیتش توهین شده و برده تلقی می شود و از این رو در تولیدات رسانه ای خود موارد زیر را در نمایش دادن زنِ الگو تکرار می کنند تا ذهنیت وی را نسبت به فطرتش تغییر دهند:

-زنی شاغل که موفقیت های شغلی مهم ترین ارزش زندگی او محسوب می شود.

-زنی که اغلب با دو یا چند مرد ارتباط دارد و البته این روابط از نظر او امری عادی است که چیزی از ارزشهای او کم نمی کند؛

-اعتقاد چندانی به عشق نداشته و روابطش اغلب بر پایه ی لذت های جنسی یا دوستی های سطحی یا زود گذر است؛

-زنی به ظاهر مقتدر که وابستگی زیادی به خانواده و پدر و حتی شوهر خود ندارد؛

-در برخی موارد چندین ازدواج ناموفق را تجربه کرده و از این رو مجاب شده است که شخصیتی کاملاً مستقل از خانواده داشته باشد؛

-در پوشش، به مد روز توجه دارد ولی مد گرایی افراطی در او دیده نمی شود؛^{۲۴}
چنین روندی دقیقاً در شبکه های اجتماعی خصوصاً فیس بوک و یوتیوب و برنامه های ارتباطی مانند تلگرام، واتس آپ، لاین، تانگو و وایبر در قالب تلفیق تصویر و متن مشاهده می شود. نمایش موسیقی های تصویری و ویدیویی نیز از دیگر ابزارهای نشان دادن نقاط قوت یک زن به عنوان نقاط ضعف آن و بالعکس است.

در مردان نیز غیرت، خدا محوری، آداب و رسوم اسلامی - ایرانی، امر به معروف و نهی از منکر، تعلیم و تربیت فرزندان بر اساس آموزه های دینی و... از دیگر نقاط قوتی است که به عنوان ضعف معرفی می شوند.

به همین صورت مشاهده می شود امروز واژه ی دوست اجتماعی کم کم در حال جایگزین شدن با زنای محصنه می باشد. زنای محصنه دارای بار معنایی خاصی است که رسانه های نو ظهور برای از بین بردن آن بار معنایی و به تبع آن کاستن از زشتی مصادیق در نظر مرد م، واژه ی دوست اجتماعی را جایگزین آن ساخته اند؛ دوست اجتماعی دارای تعریفی است که هرگز مخاطبان از آن برداشت مصادیق گناه و... نمی کنند و از این رو، با یک تعریف نادرست، از رابطه ی سراسر گناه و تبعات غیر قابل تصور و نامناسب، در جهت ترویج آن تلاش می کنند.

۲-۳. روش تغییر در گرایش و میل مخاطب:

میل و گرایش قلبی افراد دومین حیطه ی مهمی است که مورد توجه گردانندگان و مدیران شبکه های اجتماعی است. با توجه به نقش و اهمیت میل و گرایش در عملکرد انسانها گردانندگان و مدیران شبکه های اجتماعی برنامه های ویژه ای برای ایجاد تغییر در این بُعد وجودی انسانها در نظر گرفته اند که آن را در قالبها و روش هایی به کار می برند. برخی از مهم ترین روش های رایج جهت ایجاد تغییر در گرایش کاربران شبکه های اجتماعی عبارتست از:

^{۲۴}. فصلنامه ی تحلیلی، سیاسی، اجتماعی طنین اندیشه، سازمان بسیج جامعه زنان کشور، معاونت بررسی و تحلیل، شماره ی بیستم، تابستان ۹۳، نوبت اول، ص ۱۹.

۳-۲-۱. مدیریت دعوت و پیشنهاد:

مدیریت دعوت و پیشنهاد از مهم‌ترین روشهای مرسوم در فضای مجازی خصوصاً موتورهای جستجوگر و شبکه‌های به اصطلاح اجتماعی جهت تغییر گرایش کاربران است. در این روش علاقمندی‌های کاربر با ارائه‌ی پیشنهاد‌های مدیریت شده کنترل و به سمت و سویی که مالکان آن اراده کرده‌اند هدایت می‌شوند.

بررسی آمار ۱۵ تارنمای مستهجن دنیا که بیش‌ترین مراجعه‌کننده را به خود اختصاص داده‌اند، نشان می‌دهد که موتورهای جستجو و شبکه‌های اجتماعی نقش بسزایی برای هدایت کاربران به این تارنماها را داشته‌اند. پژوهش‌های صورت گرفته بیانگر آن است که کاربران در ۱۲ تارنمای مذکور قبل از مراجعه به تارنماها از فیس بوک و گوگل استفاده کرده‌اند و بعد از مشاهده‌ی مطالبی به تارنماهای مستهجن هدایت شده‌اند.

همچنین در ۱۵ تارنمای فوق‌الذکر، یا هو با ارائه‌ی پیوند (لینک) مستقیم و در دسترس قرار دادن پیوند اتصال با تارنماهای مستهجن در گروه‌های مربوط به یاهو، کاربران را به تارنماهای مذکور دعوت کرده است. یعنی یاهو در بخش لینک ارتباطی با تارنماهای مستهجن بیش‌ترین تاثیر گذاری را داشته است.^{۲۵}

پس از بررسی جستجوهای صورت گرفته از طرف کشور ایران نسبت به واژه‌هایی چون دختر، سکس، لخت، فیلم سکسی، ورزش و موسیقی، کتاب داستان سکسی، داعش، امام، تلگرام، قرآن و... در می‌یابیم که واژه‌های سرگرمی و جنسی از میزان جستجوی بالاتری نسبت به باقی موارد برخوردارند؛ به عنوان مثال نام یکی از پر بازدیدترین سایت‌های مستهجن دنیا در سراسر جهان به زبان انگلیسی ۳۶۲/۷۵۱/۹۶۰ بار و به زبان عربی ۳۴۲/۰۰۷/۳۶۰ بار و تنها در آمریکا ۷۳/۳۸۴/۲۰۰ بار در بازه‌ی زمانی یک ماه جستجو شده است.

همچنین نام فیس بوک ۴/۱۳۱/۶۱۱/۱۳۰ در سراسر جهان و ۴۸۳/۸۵۹/۰۴۰ در بازه‌ی زمانی فوق و در آمریکا جستجو شده است.

^{۲۵} در این قسمت از تحلیل آمار مربوط به تارنمای (الکسا) استفاده شده.

نتیجه: از ترکیب این اطلاعات با اطلاعات حاصل از گوگل ترند طی سال‌های گذشته، متوجه می‌شویم روند جستجوی واژه‌های معنوی به تدریج رو به کاهش و واژه‌های مادی به خصوص جنسی رو به افزایش است. مجموع اطلاعات به ما می‌فهماند دستی‌نامرئی در حال هدایت کاربران به جستجو و مشاهده‌ی مطالب جنسی، سرگرم‌کننده، مادی و... دارد و آنان را از پیگیری موارد معنوی باز می‌دارد.

نکته‌ی مهم این است که بدانیم موتورهای جستجو، شبکه‌های اجتماعی، ایمیل‌ها و... با استفاده از چه ترفندهایی کاربران را به آنجا که مطلوبشان است هدایت می‌کنند و بینش آنان را به جهانی مجازی تحت اشراف و کنترل خود در می‌آورند. این ترفند را می‌توان «دعوت» و «مدیریت پیشنهاد» نامگذاری کرد.

پژوهش دیگری هم انجام گرفته که در زمینه‌ی موتورهای جستجوی گوگل و شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک، گوگل پلاس و تویتر می‌باشد. روش انجام پژوهش به این شکل بوده که در تلفن هوشمند و رایانه‌های گوناگون حساب‌های کاربری جدیدی در سرویس‌های فوق ایجاد شد. پژوهش ثابت می‌کند که هم در ابتدای عضویت و هم در طول فعالیت کاربر در در تارنما و شبکه‌های اجتماعی، مالکان این شبکه با پیشنهاد‌های متنوع برای ایجاد دوستی و یا دیدن تصاویر و تارنمای خاص، رفته رفته حب و بغض کاربر را در انتخاب دوستان و مطالب مورد علاقه کنترل و مدیریت می‌کنند و در حقیقت با دعوت آنان به دوستی‌های کذایی با خوانندگان، بازیگران، صفحات غیراخلاقی و... علاقه‌مندی‌های آنان را تغییر می‌دهند.

نگاهی به سریال‌های ماهواره‌ای، پیشنهادات گوگل در یوتیوب، بازی‌های رایانه‌ای تعاملی، تبلیغات تلویزیونی و اینترنتی و... نشان می‌دهد که در حال ارائه‌ی پیشنهادات گوناگون به کاربر و مدیریت احساسات و علاقه‌مندی‌های وی در جهت مطلوب خودشان هستند. در حقیقت روش عملکرد موتورهای جستجو و شبکه‌های اجتماعی، همانند شیطان است که با ارائه‌ی پیشنهاد‌های گوناگون، مداوم و تهییج‌کننده، کاربران را به اضلال می‌کشاند. خداوند متعال در

این باره از زبان شیطان می فرماید: «و ما کان لی علیکم من سلطانِ اَلا اُن دعوتکم فإستجبتم لی»^{۲۶}

۳-۲-۲. عادی سازی و قبح زدایی:

یکی دیگر از مهم ترین روش های تغییر در اندیشه ی مخاطبان، عادی سازی است. به بیان دیگر، عادی جلوه دادن عملی که در نظر مخاطب غیر اخلاقی، غیر شرعی، نابهنجار، زشت و زننده است.

این روش به کرات و در قالب های گوناگون مورد استفاده قرار می گیرد. مثلا در ماهواره برای ترویج یک مد خلاف عفت و حیا(ساپورت) و سایر مظاهر بی حجابی، طی دو مرحله به بخشی از اهداف خود رسیده اند. مرحله اول شامل عوض کردن فرایند پخش سریال های کره ای به ترکیه ای^{۲۷} و در مرحله ی دوم تولید سریالها و بر نامه هایی^{۲۸} حاوی عادی بودن پوشش نامناسب توسط زنان مسلمان هندی، ایرانی و ترکیه ای بود. اگرچه در سریالهای غربی و شرقی عریانی و پوشش های نامناسب دیده می شود و به هر حال این تصاویر بر ذهن مخاطب تاثیر می گذارد، ولی به دلیل آشنایی مخاطب با محیط غیر اسلامی، آن را به منزله ی حجاب اسلامی و یا شرایط جامعه ی اسلامی نمی پذیرد، اما در سریال های ترکی و هندی پخش شده از ماهواره خصوصا دو سریال ایرانی «رویای شیرین» و «یادداشت های شهرزاد»، داستان سریال در یک جامعه ی به ظاهر اسلامی روایت می شود و شخصیت های داستان، مسلمانانی هستند که اغلب داعیه ی مسلمانانی نیز دارند.^{۲۹}

وقتی اغلب زنان حاضر در فیلم و سریالها از پوشش های خاصی استفاده می کنند و مخاطب تعداد زیادی از زنان را مشاهده می کند که در اجتماع اسلامی به راحتی با این پوشش زننده ظاهر می شوند بد حجابی در محیط خارج از خانه برای او عادی می شود.

^{۲۶}. ابراهیم/۲۲

^{۲۷}. به علت نزدیکی فرهنگ ایران به فرهنگ ترکیه

^{۲۸}. برنامه هایی مانند آکادمی موسیقی یک خواننده فراری

^{۲۹}. فصلنامه طنین اندیشه، شماره بیستم، ص ۳۳

شاید برای بسیاری این پرسش مطرح باشد که چرا آرایش در پسران عادی شده است. با بررسی فضای مجازی و ابعاد رسانه ای آن، مشاهده می شود که در برنامه ی آینه ممنوع در کانال «تی وی پرشین» آرایش مردان به طرق مختلف و با جذابیت های فراوان عادی سازی می شود. عادی سازی ارتباط نامشروع حتی برای زنان و مردان متأهل، عادی سازی شرب خمر و استعمال مواد مخدر و... با استفاده از این الگو در شبکه های اجتماعی، خصوصا با تلفیق عکس و متن صورت می پذیرد. به عنوان مثال در شبکه های اجتماعی، خصوصا تلگرام، فیس بوک، واتس آپ، تانگو، لاین، گوگل پلاس و بی تاک، بی حجابی از طریق تصاویر و پروفایل زنان و دختران نشان داده می شود.

۳-۲-۳. روش تشویق و تقدیر

طراحان و مدیران شبکه های اجتماعی می خواهند دیوار بلند حریم خصوصی، حجب و حیا، محرم و نامحرم و... مردم ایران و در برخی موارد تمام دنیا را خراب کرده و بسیاری از مسایلی که روزی برای برخی جزء لاینفک حریم شخصی به شمار می رفت، از وی ستانده و امری غیرخصوصی جلوه دهد.

در این زمینه توجه به چند نمونه ی عینی لازم است. در شبکه ی ماهواره ای «تی وی پرشیا» و در برنامه ی «شما هم دعوتید»، مخاطبان تشویق میشوند تا فیلم های جشن ازدواج خود را که بعضا کاملا خصوصی است و حاوی تصاویر محارم افراد است به شبکه های ماهواره ای ارسال کرده تا برای همگان پخش شود.

طراحان این شبکه با استفاده از جملاتی مانند ((همه را در عروسی خود شریک کنید!!)) و ... قبیح مواردی را که تا چندی قبل زشت و ناپسند جلوه می نمود، از بین برده و ضمن پخش تصاویر نامناسب موجب افزایش چشم و هم چشمی، بی حیایی، تجمل گرایی، مصرف گرایی، لذت گرایی و... می شوند.

در شبکه‌های به اصطلاح اجتماعی عکس محور و فیلم محور اینستاگرام و فیلکر و یوتیوب و... کاربران توسط مشوقی به عنوان لایک، اقدام به انتشار عکس‌ها و فیلم‌های خصوصی خود در فضای مجازی می‌کنند. همچنین کاربران کلیه‌ی شبکه‌های اجتماعی در قسمت پرو فایل و آلبوم تصاویر، با استفاده از همین روش به انتشار تصاویر شخصی خود به صورت غیر مستقیم و نا محسوس دعوت میشوند.

تشویق به رقص و خوانندگی زنان با لباسهای زننده در مقابل دیدگان نا محرمان توسط کانالهای ماهواره ای فارسی زبان نیز از دیگر کاربردهای مرسوم در فضای مجازی است. البته این دستاویز تنها منحصر به کانالهای فارسی زبان نیست.

با تبلیغات فراوان و قرار دادن جایزه‌ی نقدی برای انتخاب زیباترین دختر سال، زنان و دختران را تشویق به حضور در مسابقه‌ی برهنگی می‌کنند. در این مسابقه دختران با هر عقیده‌ای که داشته باشند-که به ظاهر محترم است-باید در سه نوع پوشش، لباس ملی، لباس خواب و مایو که همان عریانی محض است به رقابت بپردازند و چون لباس‌های بومی و خواب کشورهای مختلف شانسی برای جلب نظر داوران مسابقه ندارد، ناچار شرکت کنندگان در این دو گزینه، با تساهل و چشم پوشی داوران لباسهای سکس و بدنما بر تن می‌کنند و در نهایت کسی پیروز این میدان است که بتواند بیش تر غربی باشد.^{۳۰}

۳-۳. روش ایجاد تغییر در کنش و رفتار مخاطب:

گام نهایی مدیریت رفتار انسان هاست. در این مرحله کاربران به اراده‌ی مالکان فضای مجازی رفتار می‌کنند؛ زیرا آنان ذهن و احساساتشان را سابقا در اختیار دارند. بنابراین، طبیعی است که مطابق میل آنان رفتار کنند. با این حال، اگر کسی کم تر ذهن و احساسش را به گردانندگان فضای مجازی سپرده بود، با برنامه‌های دیگری، رفتارش در معرض کنترل قرار می‌گیرد.

برخی از مهمترین راهکارهای رفتار سازی و مدیریت در شبکه‌های اجتماعی عبارت است از:

۳-۳-۱. تکرار پیام (تبلیغات):

^{۳۰}. پژوهشی در عروسک آمریکایی باری ص ۷۳.

یکی از روش‌های تغییر در رفتار و رفتارسازی تکرار پیام است. تکرار پیام به رفتار سازی منجر می‌شود. این روش از اساسی‌ترین روش‌هایی است که در فضای مجازی به کار می‌رود و تاثیر گذاری‌های فراوانی بر کاربران دارد. در شبکه‌های اجتماعی با القای شبهات گوناگون، لذت محوری را حق انسان می‌دانند و کسانی را که استوار در مقابل لذات نامشروع و انحطاطی ایستاده اند، به سخره می‌گیرند و او را مضحکه‌ی گروه‌ها و صفحات قرار می‌دهند.

در بُعد خانواده نیز مسئله‌ی خیانت و سپس جدایی و طلاق از مهم‌ترین مولفه‌هایی است که با استفاده از تکرار، تبلیغ و ترویج می‌شود. برخی از این روش‌ها بدین قرار است:

- نمایش مکرر شکست در عشق پس از ازدواج؛
- مقدس نشان دادن عشق‌های خارج از ازدواج به ویژه برای افراد متاهل؛
- ترویج خیانت و کوچک نشان دادن تبعات آن؛
- نمایش مکرر خیانت و القای این تصور که اغلب افراد متاهل تمایل به خیانت دارند؛
- ترویج این باور که پاسخ خیانت در خانواده تنها خیانت است و این یک حق است؛
- نمایش بی‌حد و حصر طلاق در داستانها و رایج نشان دادن این پدیده؛
- القای این باور که پذیرفتن طلاق بخشی از زندگی مدرن و توسعه یافته است؛
- آسان نشان دادن طلاق و امکان خوشبختی پس از آن؛
- پرهیز از فرزند آوری پس از ازدواج برای آسان شدن طلاق‌های احتمالی آینده.^{۳۱}
- لطیفه‌ها، تارنماها، موتورهای جستجو، تبلیغات بازرگانی و... در خدمت کنترل رفتار انسان با محوریت لذت‌گرایی در می‌آیند.

نگاهی به پویا‌نمایی‌های پخش شده طی سه دهه‌ی اخیر نشان می‌دهد که اغلب آنها خانواده‌هایی با یکی از والدین (اکثراً پدر و جود ندارد) را به تصویر کشیده‌اند، در حالی که فرزند خانواده مشکلی را بابت نبود پدر و مادر در کنار هم احساس نمی‌کند. مانند پسر شجاع، هانا دختری در مزرعه، چوبین، پینوکیو، بابا لنگ دراز، دهکده‌ی حیوانات و... از این قبیل‌اند.

^{۳۱}. فصلنامه طنین اندیشه، شماره ۱ بیستم، ص ۵۰.

اکنون با نگاهی به سبک زندگی افرادی که مخاطب اینگونه پویانمایی‌ها بوده‌اند ملاحظه می‌گردد که حتی با وجود داشتن فرزند، چقدر آسان طلاق می‌گیرند. البته مدعی نیستیم که علت تامه‌ی این رفتار، پویانمایی‌های فوق‌الذکر بوده است؛ اما تاثیر گذاری آن را نمی‌توان انکار کرد.

اکنون نیز پویانمایی‌هایی که پخش می‌شود، اغلب بچه‌هایی را به تصویر می‌کشد که اصلا والدین ندارند. باب اسفنجی، لاکپشت‌های نینجا، پنگوئن‌های زبل، میگ‌میگ، تام و جری، پاندای کونگفو کار و... تنها بخشی از این پویانمایی‌ها هستند که خانواده‌ای در آن وجود ندارد و شبانه روز برای فرزندانمان به نمایش در می‌آیند.

۳-۳-۲. ایجاد فرصت تجربه کردن و لذت بردن از تجربه‌ها:

در شبکه‌های اجتماعی، فرصت بزرگ تجربه کردن و لذت بردن در گستره‌ی وسیعی مهیا شده است. در برنامه‌های ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی، جرقه‌ی اولین ارتباطات نامشروع زده می‌شود و این ارتباط در فضای پیش‌گفته تجربه می‌شود. امکان دیدن انواع کلیپ‌های جذاب و لذت بخش، تجربه‌ی دیدن تصاویر خصوصی دیگران، لذت بردن از انواع اقسام لطیفه‌ها و سرگرمی‌ها...

این روش تاثیر گذاری در سایر تولیدات فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی نیز به راحتی قابل ملاحظه است. کاربران پس از مدتی علاقه مند می‌شوند که لذت‌های پیش‌گفته را در فضای واقعی نیز تجربه کنند. البته به همان شیوه‌ای که در فضای مجازی آموخته‌اند.

۳-۳-۳. زدودن موانع تغییر رفتار:

موارد زیادی است که به صورت مستقیم و غیر مستقیم در تعیین رفتار انسان به سوی خیر و شر دخیل است. به عنوان مثال وجود حیا، موجب خیرات است^{۳۲} و مانعی برای امور شر^{۳۳} و نبودنش

^{۳۲}. (الحیاء سبب الی کل جمیل)، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، ج ۸، ص ۴۶۶.

^{۳۳}. (الحیاء یصد عن فعل القبیح)، غرر الحکم و درر الکلم، ص ۷۴.

موجب بی ایمانی؛^{۳۴} یعنی اگر عفت و حیای یک فرد زودده شود، رفتارش تغییر می کند. از این رو از دیگر روشهای طراحان فضای مجازی برای ایجاد تغییر در رفتار انسان، زدودن موانع تغییر رفتار است.

چند مانع مهم بر سر راه تغییر رفتار وجود دارد. شاید مهم ترین آن هویت باشد. هویت فردی، خانوادگی، دینی، اجتماعی و... تشکیل دهنده ی شخصیت نهایی افراد است.

اگر شخصی هویتش را از دست داد و چیز دیگری جایگزین آن شد مطابق آیه ی شریفه «كُلُّ يَعْمَلُ عَلَى شَاكِلَتِهِ»^{۳۵} عملکردش نیز مطابق آن خواهد شد. شخص بی هویت دچار از خود بیگانگی خواهد شد.

شخصی که در فضای مجازی و شبکه های اجتماعی دچار از خود بیگانگی شده است، خیال می کند که همه تصمیم ها رو خودش می گیرد، خودش انتخاب می کند و به دنبال خواسته هایش می رود؛ ولی واقعیت چیز دیگری است. او چنان در دنیای ذهنی طراح غرق شده است که دیگر هیچ فردیت و ذهنیتی ندارد. به سمت و سویی می رود که وی را ببرند. اما خودش احساس می کند که به سمت و سویی می رود که خودش تصمیم گرفته است. این از خود بیگانگی چنان شدید بوده که ذهنیات طراح را نظرات و ایده های خود می داند و آرزویی جز زندگی دمام در فضای مجازی ندارد^{۳۶}.

مالکان فضای مجازی در بحث هویت زدایی برنامه های گوناگونی را تدوین کرده اند. اولاً در فضای مجازی هویت ملی جایگاهی ندارد. مثلاً در شبکه های اجتماعی فیس بوک، تویتر، گوگل پلاس، یوتیوب، اینستاگرام و... از کاربران سوال نمی کنند که هویت ملی شما چیست؟ همچنین با هویت دینی افراد کار ندارند. در گام بعدی هویت جدیدی بر قامت کاربر می پوشانند. به عنوان مثال از او می پرسند: آخرین موسیقی که شنیده ای چه بوده است؟ کدام فیلم را دیده ای؟ و...

^{۳۴}. (لا ایمان لمن لا حیاء له) کافی، ج. ۲، ص. ۱۰۶.

^{۳۵}. اسراء/ ۸۴.

^{۳۶}. ماهنامه ی فرهنگی انتقادی مهاجر، دوره ی چهارم، شماره ی ۱۶، آبان ۱۳۹۳، تهران، ص. ۴۳.

فیلم، موسیقی، بازی و... عناصر جدید هویت کاربر در فضای مجازی هستند. امکان مخفی کردن شخصیت، عضویت در گروه‌های گوناگون و... از عوامل هویت بخش و تغییر دهنده ی هویت کاربران می باشند.

در بحث حیا زدایی در جوامع گوناگون، راه اندازی میلیون ها صفحه ی اینترنتی، هزاران بازی رایانه ای، ده ها شبکه ی به اصطلاح اجتماعی و انجمن تخصصی، هزاران فیلم، سریال و پویانمایی، هزاران مجله، روزنامه، ماهنامه با موضوعات غیراخلاقی، جنسی، ترویج ارتباط با محارم و... تنها گوشه ای از فعالیت های شبانه روزی گردانندگان فضای مجازی است.

ایمان، حب اهل بیت علیهم السلام، نماز، روح انقلابی، وحدت، دل بستگی به اهداف و شعارهای انقلاب، اعتماد به نظام اسلامی، امید، عزت، انسانیت، امنیت و... از دیگر مواردی مهمی است که سد راه تغییر رفتار انسان ها به سوی غربی شدن و زیستن بر اساس سبک زندگی غیر توحیدی است.

۳-۳-۴. تغییر در اولویت ها و ارزش ها:

یکی از روش هایی که در فضای مجازی برای ایجاد تغییر در رفتار انسانها مورد استفاده قرار می گیرد، تغییر در اولویت ها و ارزشهاست.

در نظام ارزش گذاری و اولویت بندی، بناست که مادیات جای معنویات بنشینند و لذت طلبی و دنیا گرایی، عوض معنویت گرایی و خود محوری به جای ولایت محوری بنشینند؛ یعنی انسان محوری جایگزین خدا محوری شود. استکبار جهانی از بیان طراحی های خود و استفاده از این روش، ابایی ندارد.

((میشل هولباک)) نویسنده ی اسلام ستیز فرانسوی اعلام کرد: ما از راه زور نمی توانیم افراطی گری دینی را متوقف سازیم، پس بهتر است مسلمانان را به فساد بکشانیم... جنگ بر ضد افراط

گرایی اسلامی با کشتن مسلمانان فایده ندارد و فقط با فاسد کردن آنها می‌توان به این پیروزی دست یافت... باید به جای بمب، دامن‌های کوتاه بر سر مسلمانان فرو بریزیم.^{۳۷}

برای ایجاد این تغییر در نظام ارزش‌گذاری، گاهی لازم است از زمان کودکی، نظام پیش‌گفته دستخوش تغییرات گردد و گاهی ایجاد تغییر، چنین زمان زیادی را نمی‌طلبد.

به عنوان مثال، هر ساله طی مراسمی، ملکه‌ی زیبایی سال انتخاب می‌شود. آنچه در این انتخاب بسیار به چشم می‌خورد این است که در حوزه‌ی فرهنگ‌سازی، معیارهای اصلی انتخاب ملکه‌ی زیبایی اعم از زیبایی چهره، اندام، لباس، استعداد و استقامت، رقص، آواز، شنا و... دقیقاً باید منطبق با مدل باربی باشد.

یکی از مهم‌ترین راهبردهای غرب در تغییر رفتار، تغییر در سبک زندگی است. محور تغییر در سبک زندگی نیز بنا به شواهدی محکم و غیرقابل‌خداشه، **زنان** می‌باشند. اگر حرکت و سلوک زن در جامعه تغییر پیدا کند، سبک زندگی بشریت تغییر می‌یابد. از این رو برای ایجاد تغییر در سبک زندگی زنان، برنامه‌ریزی‌های متنوعی انجام گرفته که تغییر در نظام ارزش‌گذاری و اولویت‌دهی زنان از مولفه‌های مهم جریان فضای مجازی است.

تولید هزاران قسمت سریال، فیلم و پویا‌نمایی که در آن با ظرافت خاصی و به صورت غیر مستقیم و تکرار فراوان در راستای تغییر در نظام ارزش‌گذاری و اولویت‌دهی و تحمیل سبک زندگی غربی بر زنان است ارزیابی می‌شود. وجود زنان شاغل، فعالیت زنان در مشاغل مردانه، کم‌اهمیت بودن خانواده و تاکید بر استقلال زن از شوهر و خانواده، تاکید بر جایگاه اجتماعی زنان بدون توجه به نقش خانواده و... مواردی است که بارها در سریالهای غربی به تصویر کشیده شده و در ذهن مخاطب ارزش‌گذاری می‌شود.

در مقابل این سریالها، سریالهایی هستند که در آن زنان بسیاری دیده می‌شوند که یک زن مدرن یا فمینیست نیست‌اند و به همین دلیل همواره گرفتار مشکلات عدیده‌ی عاطفی و ارتباطی و خانوادگی هستند. تنها دل مشغولی این زنان که اغلب شاغل هم نبوده‌اند و به نوعی خانه‌دار هستند، رقابت‌های عشقی، خیانت و آشتی، دشمنی کردن با عروس یا مادر شوهر، دزدیدن قاپ

^{۳۷}. پژوهشی درباره‌ی عروسک آمریکایی باربی، ص ۱۳۸.

پسرها و... است. خرافی بودن و تمسک به جادو و دعانویسی از دیگر خصلت‌های رایج زنان در این گروه از سریال هاست. سریال‌هایی مانند عشق، از بوسه تا عشق، عمر گل لاله و عشق ممنوع^{۳۸}.

بدین سان، جامعه‌ی مورد هدف در اثر تبلیغات فراوان پس از مدتی به صورت ناخودآگاه، سبک و روش زندگی خود را عوض می‌کند و به سوی غربی شدن حرکت می‌کند. سبک زندگی‌ای که در آن فمینیسم ارزشمند است و خانه‌داری، تربیت فرزند و خانواده در آن مفهومی ندارد. برنامه‌ریزان و طراحان فضای مجازی با استفاده از دستگاه تبلیغاتی خود، افرادی را به عنوان فرد برگزیده انتخاب می‌کنند و سبک زندگی او را به عنوان سبک زندگی ارزشمند و شایان توجه جلوه می‌دهند که تمامی مولفه‌های غربی را در زندگی خود رعایت کنند. البته مدام به این سبک زندگی رنگ و لعاب جدیدی می‌افزایند.

انتخاب مایکل جکسون به عنوان بهترین هنرمند دهه‌ی هشتاد از جانب جورج بوش، رئیس‌جمهور آمریکا از زمره‌ی رویداد‌هایی است که نقاب از باطن پلید غرب بر می‌دارد و جهت را حتی بر مردمی که با زبان بحث‌های نظری آشنا نیست‌اند، تمام می‌کند... مایکل جکسون، خواننده‌ی آمریکایی، مظهر تمامی مفاسدی است که جامعه‌ی کنونی غرب گرفتار آن است^{۳۹}. وقتی کاربران می‌بینند که تصاویر فلان بازیگر، خواننده، ورزشکار و... جلد تمام مجلات و صفحه‌ی اول روزنامه‌ها را به خود اختصاص داده است، مدل مو، لباس، سبک راه رفتن، شیوه‌ی حرف زدن، طریقه‌ی تعامل خود با اجتماع، و در یک کلام، سبک زندگی آن فرد را ارزشمند و قابل توجه می‌پندارند و اساساً ارزش انسان را در تبدیل شدن و یا مشابهت با یکی از گروه‌های فوق می‌دانند. بنابراین، به سادگی سبک زندگی آنان را در خود پیاده می‌کنند.

در شبکه‌های اجتماعی متن محور از هنگام ثبت نام و پر کردن فرم عضویت، اقدام به تغییر در اولویت‌ها می‌کنند. به عنوان مثال، همان‌گونه که بیان شد در مورد هویت افراد با ظرافت خاصی اولویت‌های هویتی افراد را جابجا می‌کنند و کاربرانی که برای هدفی خاص وارد این فضا می

^{۳۸}. فصلنامه‌ی طنین اندیشه، شماره‌ی بیستم ص ۴۴.

^{۳۹}. پژوهشی در عروسک آمریکایی باری، ص ۱۳۱.

شوند، پس از مدتی بدون آنکه خود متوجه باشند رفتارشان تغییر پیدا می‌کند. درباره‌ی عناصر هویت در شبکه‌های اجتماعی، طراحان این شبکه تعیین می‌کنند که کدامیک از ابعاد وجودی و ویژگیهای کاربران را می‌تواند و باید شاکله‌ی اصلی پروفایل را بسازد. اینکه چرا ملیت، نژاد، خاندان، مذهب، رنگ پوست، طبقه‌ی اجتماعی، مدرک تحصیلی، حوزه‌ی کاری و مرجعیت فکری یا دینی نباید نقشی در اضلاع این هویت ساختگی داشته باشد و عناصری چون زبان، دانشگاه محل تحصیل، فیلم‌ها و موسیقی‌های مورد علاقه، نقشی اصلی را در ساختار اصلی هویت مجازی دارند، همگی به فلسفه‌ی اجتماعی خاص فیس بوک و دیگر شبکه‌های اجتماعی بر می‌گردد که البته همگی علی‌رغم اختلاف، درون چارچوب بسیار بسته‌ای از فلسفه‌ی پست مدرن انتهای قرن بیستم تنفس می‌کنند^{۴۰}. از این رو در شبکه‌های اجتماعی، موسیقی، فیلم، سریال، ماهواره، بازی و... ارزش‌هایی برتر شده‌اند که در سطح جامعه نیز آثار آن به راحتی قابل رویت است.

۳-۳-۵. نطفه‌ی حرام:

گاهی اوقات رفتار انسان بر اثر عواملی شکل می‌پذیرد که آن عوامل زمینه‌ساز محسوب میشوند و غیر مستقیم رفتار فرد را در معرض تغییر قرار می‌دهند. نطفه یکی از عوامل زمینه‌ساز تغییر در رفتار است؛ یعنی مستقیماً در ایجاد رفتار موثر نیست؛ بلکه زمینه را برای ایجاد تغییر فرد مهیا می‌سازد.

اگر نطفه از راه حرام منعقد شود، امکان و زمینه‌ی گناه در آن بسیار مستعدتر از دیگران می‌شود پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله در روایتی در مورد امام علی علیه السلام می‌فرماید: «... ما يُبَغِضُهُ مِنْ قَرِيشٍ اَلَّا سِفاحِي و لا مِنْ اَلانصارِ اَلَّا يَهُودِي و لا مِنْ اَلعربِ اَلَّا دَعِي و لا مِنْ سائِرِ الناسِ اَلَّا شَقِي»^{۴۱} فقط زنازادگان قریش او را دشمن می‌دارند و یهودیان انصار با وی مخالفت

^{۴۰} ماهنامه‌ی فرهنگی-انتقادی مهاجر، دوره‌ی چهارم، شماره‌ی ۱۶، ص ۶۹.

^{۴۱} بحار الانوار، ج ۶۵، ف ۶۸.

می‌کنند و حرام زادگان عرب کینه‌ی او را در دل می‌گیرند و اشقیاء از سائر مردم هم از او منحرف می‌باشند. همچنین قتل امام حسین علیه السلام و تاختن اسب بر بدن مبارک ایشان توسط ده نفر، از درد ناک‌ترین وقایع کربلاست. قاتل امام حسین علیه السلام و آن ده نفر همگی حرام زاده بودند.

از این رو، یکی از برنامه‌های شیطان برای ایجاد تغییر در رفتار انسان و نسل وی، انعقاد نطفه‌ی حرام در نسل بشریت است. خدای متعال در قرآن کریم این روش شیطانی را متذکر می‌شود و می‌فرماید: «و شارِکهم فی الاموالِ و الاولادِ و عِدْهم و ما یَعِدُّهم الشیطانُ اِلَّا غروراً».^{۴۲} علامه طباطبایی ره در توضیح این آیه‌ی شریفه می‌فرماید: «منظور از مشارکت در فرزند، آن است که از راه حرام فرزند برای انسان به دنیا بیاید و یا از راه حلال به دنیا بیاید و لکن به تربیت دینی و صالح تربیتش نکند و به آداب خدایی مؤدبش نسازد، در نتیجه سهمی از آن فرزند را برای شیطان قرار داده و سهمی برای خودش».^{۴۳}

در فضای مجازی نیز دشمنان قسم خورده انسانیت و بالخصوص اسلام، تمامی تلاش خود را برای ترویج و فرهنگ‌سازی نطفه‌ی حرام به کار می‌برند و اخیراً در این زمینه فعالیت زیادی را شروع کرده‌اند. در میان ۱۷ اثر بررسی شده و تنها در یک فصل، حداقل ۲۸ مورد بارداری نامشروع به نمایش در آمده است. در این بین، آنچه به مراتب بیش از این آمار اهمیت دارد، قبح زدایی تمام قد سریال‌ها از این پدیده‌ی نامبارک است. گفتگوها، صحنه‌پردازی‌ها، روایت داستانی و نشانه‌های بصری و غیر بصری در این سریال‌ها، همه در خدمت ترویج این گونه بارداری‌ها و حفظ جنینی نامشروع تا زمان تولد آن است.^{۴۴}

سپس با به‌کارگیری و استخدام روش‌های گوناگون، این نوع بارداری را زیبا جلوه می‌دهند. سریال‌های فارسی زبان ماهواره برای رسیدن به این هدف، با استفاده از تصاویر، دیالوگ‌ها و کنش‌های داستانی، مفاهیم زیر را به نمایش گذاشته و به مخاطب منتقل نمودند:

• هیچ مانعی برای بارداری و فرزندآوری پیش از ازدواج شرعی و قانونی وجود ندارد؛

^{۴۲}. اسراء ۶۴.

^{۴۳}. ترجمه‌ی تفسیر المیزان ج ۱۳، ص ۲۰۱.

^{۴۴}. فصلنامه‌ی طنین اندیشه، شماره‌ی ۲۰، ص ۲۸.

- در صورت برقراری ارتباط نامشروع، از بارداری پرهیز نکنید و در صورت بارداری جنین را حفظ کنید و مسولیت آن را چون والدین حقیقی به عهده بگیرید؛
- تولد فرزند از رابطه‌ی نامشروع، زمینه‌ی ازدواج در آینده را فراهم می‌کند؛
- فرزندان نامشروع، نشانه‌ها و ثمره‌های عشق واقعی هستند؛
- فرزندان نامشروع نیز دوست داشتنی و گاهی از فرزندان مشروع خواستنی‌تر هستند؛
- فرزندان نامشروع در بزرگسالی نیز افرادی دوست داشتنی خواهند شد؛
- از آنجایی که فرزندان نامشروع از رابطه‌ی لذت بخش متولد می‌شوند باهوش‌تر اند؛
- برای اثبات عشق به همسران، فرزند نامشروع او را که حاصل خیانت به شماس است را نیز بپذیرید؛ زیرا این کودک فرزند عشق شماس است و چنین خانواده‌ای متمدن است؛
- رابطه‌ی نامشروع، رابطه‌ی حقیقتاً عاشقانه بوده و فرزند حاصل از آن، تنها یادگار آن عشق است.^{۴۵}

به نظر این نکته بسیار حایز اهمیت است که غالب پویانمایی‌هایی که اخیراً تولید و روانه‌ی بازار می‌شوند، حاوی افرادی هستند که والدین آنها یا نامعلوم است و یا یکی از آندو ناپیداست. بازی‌های رایانه‌ای نیز دقیقاً از همین الگو تبعیت می‌کنند. یعنی والدین در بازی‌های رایانه‌ای تقریباً وجود ندارند.

۳-۳-۶. کنترل برنامه‌های زندگی توسط ابزار و برنامه‌های گوناگون:

امروزه فناوری‌های نوین، غالب برنامه‌های زندگی ما را کنترل و مدیریت می‌کنند. فناوری‌های نوین به گونه‌ای تعریف می‌شوند که به جای آنکه در اختیار و تحت اراده‌ی کاربران قرار بگیرند، کاربران را به صورت نامحسوس با اراده‌ی تولیدکنندگان مدیریت و راهبری می‌کنند. این روش به صورت کاملاً پنهان و نامحسوس رفتار افراد را تحت الشعاع خود قرار می‌دهد و به بهانه‌های گوناگون، تلاش می‌کند تا کاربران را مطابق میل خود به حرکت وادارد.^{۴۶}

^{۴۵}. همان، ص ۲۹.

^{۴۶}. شبکه‌ی عنکبوتی محمد کهوند ص ۲۷۶.

شبکه‌های اجتماعی نیز از این سبک و سیاق بی بهره نیست اند. فیس بوک، گوگل پلاس و تویتر، هر روز صفحاتی با موضوعات و گرایش‌های گوناگون را به بهانه‌ی شخصی سازی، جهت برقراری ارتباط معرفی میکنند. آشنایی کاربران با برخی مسائل، خصوصاً موارد غیر اخلاقی موجب عوض شدن رفتار فردی و اجتماعی آنان می شود.

برای اینکه این روش بتواند در طیف گسترده‌ای از ابعاد و زوایای مختلف زندگی افراد تاثیر گذار باشد و آسانتر از هر زمانی رفتار کاربر را مدیریت نماید، تمام ابعاد زندگی هر فرد باید تحت نفوذ فناوری‌های نوین باشد.

طراحان فضای مجازی با تبلیغات فراوان و خارج از حد تصور، همراه با جذاب سازی پیام رسانی، مردم را به داشتن زندگی هوشمند تشویق می کنند. این تبلیغات حول محورهای کسب آسایش و آرامش، کسب لذت، آزاد شدن زمان برای امور مهم دیگر، همگام شدن با پیشرفت و فناوری و زندگی در آینده معرفی می گردد.

شاید آسیب پذیرترین قشری که همراه و مونس فناوری‌های نوین ارتباطی هستند، کودکانند. اینان از همان دوران طفولیت همگام با فناوری‌های نوین ارتباطی بزرگ می شوند. طراحان فضای مجازی با تولیدات سخت افزاری و نرم افزاری گوناگون، امر مهم تربیت را از مریبان واقعی آنان (والدین، اولیای مدرسه و روحانیون) ربوده، آنان را مطابق میل و اراده‌ی خود تربیت می کنند. واقعیت آن است که کودکان زیادی در کشورمان و دیگر کشورها تحت تعلیمات مالکان فضای مجازی توسط تبلت و تلفن هوشمند، اینترنت، بازی‌های رایانه‌ای، تصاویر و... تربیت می شوند و کمتر از مریبان حقیقی خود، حرف شنوی دارند و با آنان محشورند. چنین پدیده‌ی خطرناکی را قرآن کریم متذکر شده است: «وِ اسْتَفْزِرْ مَنْ اسْتَطَعَتْ مِنْهُمْ بِصَوْتِكَ وَ اجْلِبْ عَلَيْهِمْ بِخَيْلِكَ وَ رَجْلِكَ وَ شَارِكِهِمْ فِي الْاَمْوَالِ وَ الْاَوْلَادِ وَ عِدْهِمْ وَ مَا يَعِدُهُم الشَّيْطَانُ اَلَّا غُرُورًا»^{۴۷} «با فریاد خویش هر که را توانی از جای برانگیز و به یاری سواران و پیادگانت بر آنان بتاز و در مال و فرزند با آنان شرکت جوی و به آنان وعده بده! و حال آنکه شیطان جز به فریبی وعده شان ندهد.»

^{۴۷}. اسراء، ۶۴.

علامه طباطبایی ره در تفسیر المیزان با استناد به این آیه، روش شیطانی را مورد واکاوی قرار می‌دهد و می‌فرماید: « معنای آیه چنین می‌شود که با آوازت از ذریه آدم هر که را که می‌توانی گمراه و به معصیت وادار کن که البته به حکم آیات سوره ی حجر کسانی خواهند بود که ابلیس را دوست داشته و پیرویش کنند، و گویا-استفزاز با آواز- کنایه از خوار کردن آنان با وسوسه های باطل و خالی از حقیقت است، و اینکه وضع شیطان و پیروانش وضع چوپان و رمه را دارد که با یک صدا به راه می‌افتند، و با صدایی دیگر می‌ایستند و معلوم است که این صداها، آوازهایی بی معنی است. و اینکه فرمود: «و أجبلی علیهم بخیلک و رجلیک» معنایش این می‌شود که برای به راه انداختن آنان به سوی معصیت، به لشگریان اعم از سواره و پیاده نظام دستور بده تا پیوسته بر سر آنان بزنند و این گویا اشاره است به اینکه لشگریان شیطان، بعضی شان تند کار و بعضی کند کارند. هم چنان که وضع هر لشگری همین طور است، بعضی سواره و بعضی پیاده اند. پیاده ها را به کاری می‌گمارند که حاجت به سرعت عمل نداشته باشد...»^{۴۸}

قابل توجه آنکه، در فضای مجازی بویژه در شبکه های اجتماعی صداهایی که مارا به سوی تبلیت و تلفن همراه و یا سایر سخت افزارها و نرم افزارها هدایت می‌کنند، غالباً پوچ و نامفهومند. سواره نظام و پیاده نظام دارد و از ما هزینه ی مادی می‌گیرد و دمخور فرزندانمان نیز است.

^{۴۸}. ترجمه ی تفسیر المیزان، ج ۱۳، ص ۲۰۰-۲۰۱.

فصل سوم:

**نقش کاربران شبکه های
اجتماعی در تقویت و ترویج
بحران جنسی**

۱. کاربران فردی

۱-۱. اخلاق جنسی فردی در قرآن و روایات

بی‌شک «فرد»، اصلی‌ترین عنصر اخلاق فردی است. خوبی و بدی‌های زندگی در آنجا که اختصاص به فرد دارد، اخلاق فردی خوانده می‌شود. در اخلاق فردی تنظیم رفتارهای فرد بر اساس خوبی و بدی ملاک خواهد بود. به نظر می‌رسد فرد هم در روایات و هم در قرآن اهمیت والایی داشته باشد. خداوند در قرآن می‌فرماید: «قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا * وَقَدْ خَابَ مَنْ دَسَّاهَا: که هر کس آن را پاک گردانید قطعاً رستگار شد* و هر که آلوده‌اش ساخت قطعاً در باخت!». فرد باید خود را پاک کند و همین فرد موضوع مهمی در اخلاق بوده و یکی از بخش‌های مباحث اخلاقی را تشکیل می‌دهد. از این رو اخلاق فردی نقش مهمی در سعادت و رستگاری دارد. به طور خاص در قرآن و روایات، مختصات اخلاق جنسی فردی بیان شده است. خداوند متعال در قرآن مجید در سوره مؤمنون و معارج ضمن بیان صفات مؤمنین و صفات اهل بهشت، بیان می‌کند: «و آنها که دامان خویش را (از بی‌عفتی) حفظ می‌کنند، جز با همسران و کنیزان (که در حکم همسرند آمیزش ندارند)، چرا که در بهره‌گیری از اینها مورد سرزنش نخواهند بود! و هر کس جز اینها را طلب کند، متجاوز است^۲». و از این آیات، حرمت استمناء استفاده می‌شود؛ چرا که استمناء نیز بهره‌گیری جنسی از غیر راههایی است که در آیه مجاز شمرده شده است.

در روایات هم اخلاق جنسی فردی مورد تعریف قرار گرفته است و گاهی برخی از انحرافات جنسی فردی مورد مذمت واقع شده است. ابو بصیر گوید از امام صادق (ع) شنیدم که فرمود: «خداوند در روز قیامت با سه گروه حرف نمی‌زند و به آنان نظر نمی‌کند و آنان را از گناهان

۱. شمس ۹-۱۰.

۲. معارج ۲۹-۳۱ مؤمنون ۵-۷.

پاکیزه نمی سازد و برای آنان عذابی دردناک است، یکی از آن گروه کسانی هستند که با خود نکاح (استمناء) کرده اند.^۳

اصولاً تمام قوا و غرایزی که در وجود انسان نهاده شده است، لغو و بیهوده نیست؛ بلکه ناشی از حکمت و مصلحتی مهم برای انسان و ادامه حیات اوست که از جمله این غرایز که در تمام موجودات زنده یافت میشود، غریزه جنسی است و از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است. تحقیر و ناچیز شمردن این غریزه و احیاناً غیر اخلاقی انگاشتن و پست و پلید خواندن این غریزه، نه امر درستی است و نه از اهمیت آن می کاهد و نه مجوزی برای نپرداختن جدی و همه جانبه به این موضوع بسیار دقیق و اثر گذار هست.

۱-۲. بر خورد مکاتب و انسانها با موضوع غرایز جنسی دارای سه صورت ذیل می باشد:

الف): اباحی گری و بی بندباری در زمینه غرایز جنسی که زمان و مکان و قیود دیگر را در بر نمی گیرد و به هر شکلی به اطفاء آتش شهوت دست یازیدن را روا می داند که از آن به شکل افراطی تعبیر می کنیم.

ب): بر خورد منفی با این غریزه و آن را خلاف شأن معنوی و اخلاقی آدمیان شمردن و احیاناً مبارزه با این حالت و میراندن قوای جنسی و سرکوب و تعطیل کردن غرایز انسان که آن را به شکل تفریطی تعبیر می کنیم.

ج): ضمن قبول کردن این غریزه و آثار بسیار مثبت و درست آن و به عنوان یک نیاز واقعی بشر که باید اولاً از طغیان آن جلوگیری کرد و ثانیاً آن را تعطیل نکرد، بلکه ضابطه مند کرده و در جهت نیاز انسان از آن بهره برداری معقول و موجه کرد، که به این شکل بر خورد، به تعدیل تعبیر می کنیم.

مسئله نظر مکتب اسلام، نظر سوم است و هرگز اساس بینش اول یا دوم را قبول ندارد. اسلام تنها راه مشروع و جایز بهره برداری از غرایز جنسی را برای مردان و زنان ازدواج می داند و بس

^۳. وسائل الشیعه ج: ۲۰ ص: ۳۵۴ حدیث ۲۵۸۱۰

و غیر از ازدواج هیچ راه دیگری را تجویز نمی کند. با ازدواج و تشکیل خانواده، مسیر بهره برداری از غرایز جنسی فراهم می آید.

۳-۱. نقش شبکه های اجتماعی در بحران های جنسی فردی

در این فصل به تاثیرات شبکه های اجتماعی در ایجاد بحران جنسی فردی می پردازیم. بی شک، از لحاظ فردی، شبکه های اجتماعی بر غریزه جنسی کاربران، تاثیر زیادی داشته است. بحران های جنسی فردی به چالش ها و انحرافات جنسی ای گفته می شود که فقط شخص مبتلا را درگیر خود نموده و رابطه مستقیمی با خانواده و اجتماع ندارد.

۴-۱. برخی از انحرافات و بحران های جنسی فردی

۴-۱-۱. خودارضائی (استمناء)

تسکین یا برآوردن شهوت به وسیله ی مالش یا فشار به اعضای تناسلی یا به کار بردن وسایل غیر طبیعی دیگر به منظور رسیدن به اوج لذت جنسی بدون جنس دیگر را خود ارضایی گویند. این عمل در پسران استمناء و در دختران استشهائ^۴ نامیده شده است.^۵

به عبارت دیگر: اینکه کسی صحنه های جنسی و شهوت انگیز را در برابر چشم خود مجسم کند یا آنقدر با آلت تناسلی خود دست ورزی کند که «منی» از او خارج شود، به گمان اینکه بدین وسیله شعله ی شهوت و غریزه جنسی خود را فرو نشاند.

این عمل در پسران بیش از دختران شیوع دارد و دلیل آن را بیرون بودن دستگاه تناسلی پسران دانسته اند که خود عامل محرک به شمار میرود.^۶ البته شرایط بیرونی محیط از قبیل اختلاط پسر و دختر، عدم مراعات مسائل اخلاقی، وجود مناظر و تصاویر محرک از قبیل ماهواره، فیلم ها و... در تشدید آن موثر است. دختران در این زمینه خود به خود تحریک نمی شوند، مگر اینکه محرک خارجی موجب تحریک آنان گردد.

^۴ . طلب شهوت کردن

^۵ . نام های دیگر آن جلق، ماستوربایسیون MASTURBATION و تحریک جنسی به وسیله ی خویشتن آمده است.

^۶ . محمد مهدی موحدی، دانستنی های زنانشویی، ص ۲۳۰

لذت جنسی این عمل در پسران قابل مقایسه با لذت جنسی طبیعی نیست و با این عمل هیچ وقت رضایت جنسی شخص فراهم نمی شود و غالباً با حس پشیمانی و نفرت همراه است. بزرگترین ضرر آن پس از ازدواج، سرعت انزال برای مردان است که از کار خودشان چندان لذتی نمی برند و در نتیجه زن نیز به لذت جنسی نمی رسد و از عوارض مهم دیگر استمناء درون گرایی، افسردگی و ضعف بینایی و شنوایی، رنگ پریدگی، ضعف اراده، تند خویی و... می باشد.

خودارضایی (استمناء)، معمولترین نوع انحراف جنسی است که نسبت به انحرافات دیگر، شیوع بیشتری دارد

این عمل که عده ای از جوانان آن را انجام می دهند، پیامدهای شوم و ضررهای بسیاری، هم از جهت جسمی و هم از جهت روحی برای فرد مبتلا به آن به وجود می آورد. دین اسلام این عمل را که برخلاف طبیعت انسانی است محکوم کرده و چنین افرادی را مورد مذمت قرار داده و در موردشان تنبیه و مجازات تعیین کرده است.

پیامبر صلی الله علیه و آله می فرمایند: «لعنت خدا و ملائکه و تمام مردم بر کسی که حق مرا نقض کند... و بر کسی که با حیوانات عمل جنسی انجام دهد و بر کسی که به کمک دستش عمل جنسی انجام دهد. (کنایه از این که دست خود را به بدن خویش بمالد تا لذت جنسی ببرد.)»^۷

امام صادق علیه اسلام در رابطه با استمناء فرموده است:

«استمناء گناه بزرگی است. خدای متعال در کتاب حکیمش این عمل را نهی فرموده است. استمناء کننده همانند کسی است که با خود ازدواج نماید و اگر بدانم کسی چنین عملی را مرتکب می شود، هرگز با وی غذا نمی خورم. شخصی که سوال می کرد، پرسید: ای فرزند رسول خدا علیه السلام بفرما در کجای قرآن از این عمل نهی شده است، حضرت فرمود: آنجا

^۷. همت، سهراب پور، جوانان در طوفان غرایز

که حق تعالی می فرماید «فَمَنْ إِبْتغى وراءَ ذلكَ فاولئك هم العادون»^۸ پس هر که فراتر از این جوید، آنان از حد در گذرندگانند. و استمنا راه منحرف و فراتر از معمول و طبیعی است.»

درباره علت های اصلی خودارضایی، بحث های زیادی بین بزرگان شده است و تقریباً هر کدام از آنها به علت های مهمی اشاره کرده اند. از نظر علم و تجربه ثابت شده است که یکی از عوامل اصلی و ناخودآگاه تحریک و ترشح غدد و هورمونهای جنسی، نگاه است. نگاه به نامحرم هر چند اگر بدون قصد تلذذ باشد عمل طبیعی و غریزی خود را انجام می دهد و زمینه تحریک شهوت انسان را در زمان نگاه یا بعد از آن ایجاد می کند. تحریک غریزه جنسی به گونه نامشروع نیز آثار شوم و نکبت بار فراوانی بر ابعاد مختلف انسان و جامعه بشری ایجاد می نماید. اسراف، انحراف و هدر رفتن نیروهای فکری، اجتماعی و معنوی انسان، زمینه سازی سردی روابط خانوادگی (شخصی که نگاه خود را کنترل نمی کند با یک همسر ارضا نمی شود)، حالت حسرت و ناکامی، از دست دادن آرامش روانی، میل به گناه (لواط، زنا، استمنا و ...) و بالاخره گرایش به گناهان مختلف از جمله آثار سوء نگاه حرام است که در عرصه زندگی فردی، خانوادگی و اجتماع ظاهر می گردد.

امام علی علیه السلام می فرماید: « چشم، پیش قراول دل، جلودار فتنه، دام شیطان و نگاه حرام سبب کاشتن بذر شهوت و نهال گناه (زنا و لواط و استمنا و ...) است.»^۹ نگاه به نامحرم باعث سختی زندگی و زیادی حسرت و افسوس است. قرآن کریم در این مورد می فرماید:

« قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَ يَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَلِكَ أَزْكَى لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ »^{۱۰} به مومنان بگو چشمهای خود را (از نگاه به نامحرم) فرو گیرند، و عفاف خود را حفظ کنند. این برای آنان پاکیزه تر است. خداوند از آنچه انجام می دهید آگاه است.

^۸. مومنون آیه ی ۷

^۹. غرر الحکم ج ۱ ص ۱۰۰.

^{۱۰}. النور/ ۳۰

در این جا بهتر است که به تجربه دکتر روان شناس، «مک گاف» در دانشگاه کالیفرنیا بپردازیم. یافته های او نشان می دهند که خاطرات تجربه هایی که به هنگام تحریکات احساسی (مثل تحریک جنسی) رخ می دهند، توسط هورمون غده آدرنال در مغز می نشینند و پاک کردن آنها دشوار است. این فرض می تواند تا حدودی اثر اعتیاد به هرزه نگاری و هرزه بینی را توصیف کند. خاطرات نیرومند تحریکات جنسی از تجربه های گذشته، خودشان را در صحنه مغز حفظ می کنند و مرتباً به ذهن خطور می کنند و فرد را از لحاظ شهوانی تحریک می کنند. اگر او به هنگام این تخیلات، استمنا کند، باعث تقویت پیوند بین تحریک جنسی و اوج لذت جنسی می شود که همراه با منظره ویژه یا تکرار پی در پی آن صحنه در ذهن خواهد بود.

امروزه باید این واقعیت را بپذیریم که شبکه های اجتماعی، عامل بروز و بستر همه علت های خود ارضایی هست. دیدن فیلمها و تصاویر مستهجن در شبکه های اجتماعی باعث تحریک غریزه جنسی می شود. آیا نباید بپذیریم که وقتی فردی از لحاظ جنسی تحریک شد، عملی ساده تر و در دسترس تر از خود ارضایی برای فرونشاندن آتش شهوت برای او وجود ندارد؟ به ویژه اینکه در برخی شبکه های اجتماعی به طور خاص عمل استمنا آموزش داده می شود.

نقش شبکه های اجتماعی در ترویج و قبح زدایی این عمل، با برنامه ریزی موثر می باشد. جالب است بدانیم که طبق گزارش های شرکت Bitdefender، در تاریخ تاریخ ۳۰ام ژوئن ۲۰۱۳ معادل ۹ تیرماه ۱۳۹۳ تحقیقاتی که از ۱۹۰۰۰ خانواده در سراسر دنیا انجام شده است؛ کودکان از سن ۶ سالگی مشاهده ی هرزه نگاری در اینترنت را شروع می کنند و از ۸ سالگی تصاویر جنسی خود را در اینترنت منتشر می کنند.^{۱۱}

یک چهارم کودکانی که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته اند از سن ۱۲ سالگی کاربر شبکه های اجتماعی بوده اند و ۱۷ درصد آنها از سن ۱۰ سالگی کاربر این شبکه ها شده اند. کافی است در جمع ۱۰۰ نفر نوجوان ۱۲ ساله در مورد عوارض استمنا صحبت شود بعد از آن، مراجعات مستمعین ما را به این باور می رساند که گویا نوجوانان ما به بلوغ جنسی زود رس مبتلا هستند

^{۱۱}. خبرگزاری فرهنگ نیوز.

و وقتی علت گرایش به استمناء سوال شود معمولا دیدن یک فیلم تحریک کننده یا فیلم کوتاه استمناء عامل موثر بیان می شود.^{۱۲}

کسانی که معتاد به این عمل شده اند، برای درمان باید به تقویت نفس پرداخته، از راه ورزش، پر کردن اوقات فراغت و کم کردن خلوت های همراه با وسوسه ی شیطان، و از طریق استعانت به نماز و روزه قدرت خود را بالا برده و توانایی خویشتن داری را افزایش دهند.

۱-۴-۲. حیوان بازی

انحراف حیوان بازی با زوفیلی، در قرون گذشته بسیار شایع و از مسائل مهم اجتماعی بوده است. به همین دلیل در ادیان مختلف به شدت مورد نکوهش قرار گرفته است. امروزه در جهان غرب فقط سخن از حیوان بازی نیست. باعث تاسف است که اخیرا می شنویم بر اساس گزارشات بین المللی برخی زنان در کشورهایی که همجنس بازی به یک قانون تبدیل شده است، به ازدواج با حیوانات روی آورده اند و هر روز هم با این حیوانات ارتباط های جنسی برقرار می کنند! ازدواج با حیوانات که در قانون ملی آمریکا به آن اشاره ای کوتاه شده، بصورت آزاد این اتفاق رخ می دهد و عنوان آزادی را برای خود گرفته است، حتی شناسنامه ازدواج هم صادر می کنند! این رویکرد، فرهنگ کشوری است که مدعی حکومت بر دنیاست و این افکار غلط و شیطانی و ضد بشری را بر دنیا حاکم کند.

ازدواج با حیوانات در آمریکا و فرانسه و برخی کشورهای اروپایی و آفریقایی آنقدر رو به افزایش است که باعث شده برخی همجنس بازان برای منتشر کردن انحطاط های اخلاقی شان به دنیا، به ازدواج با حیوانات روی آورند! برخی از آنها در افکار پلید و ضد انسانی شان می گویند که ازدواج با حیوانات امری طبیعی است و نباید آن را به یک مسئله ضد انسانی مرتبط کرد! این فرهنگ در شبکه های اجتماعی تبلیغ می شود. در این شبکه ها با انتشار فیلم های کوتاه از رابطه جنسی مرد یا زن با حیوان خانگی خود، اینگونه به مخاطب القاء می شود که رابطه جنسی با حیوانات بویژه حیوان خانگی کم دردسر است. حیوانات تربیت شده برای این منظور

^{۱۲}. همان

در ارضای غریزه جنسی فاعل یا مفعول خود سنگ تمام میگذارند. گفتنی است سگ و ببر و الاغ از بیشترین حیواناتی هستند که در آمریکا، زنان و مردان شیطان پرست و همجنس باز با آنها ازدواج کرده و آسایش و راحتی خود را از این طریق طلب می کنند! جهان غرب این افکار شیطانی که مردمانشان درگیر آن هستند را به کشورهای زیر سلطه شان هم القا می کنند. شبکه های اجتماعی سریعترین ابزار برای القاء این افکار شیطانی است.

۱-۴-۳. هرزه نگاری (پورنوگرافی)

پورنوگرافی یا هرزه نگاری، تجسمی بی پرده از مسایل جنسی با هدف تحریک یا ارضای غریزه جنسی است که در قالب های مختلف از جمله کتاب، فیلم، اینترنت و مجله ارائه می شود.^{۱۳} اعتیاد به پورنوگرافی، تعاریف مختلفی دارد؛ اعم از استفاده بیش از حد از مواد پورنوگرافی (نوشته، فیلم و تصاویر مستهجن) که باعث اختلال در زندگی عادی می شود؛ یا باعث دچار شدن فرد به عوارض مختلف به دلیل استفاده بیش از حد یا سوءاستفاده از آن.

از نظر دانشمندان، مراحل اعتیاد به پورنوگرافی به ۵ مرحله (مواجهه، اعتیاد، افزایش، حساسیت زدایی و عمل) خلاصه می شود:

۱-مرحله مواجهه : بیشتر افرادی که به پورنوگرافی اعتیاد دارند، دیدن و تماشای فیلم های مستهجن را از سنین پایین شروع می کنند.

۲-مرحله اعتیاد : در این مرحله، فرد مبتلا نمی تواند از دیدن و تماشای فیلم مستهجن اجتناب کند.

۳-مرحله افزایش : در این مرحله، روزه روز میزان دسترسی افزایش می یابد و بیمار نمی تواند از آن دست بکشد.

۴-مرحله حساسیت زدایی : در این مرحله، دیگر بیمار با دیدن فیلم و تصاویر مستهجن مانند اوایل، تحریک نمی شود. بنابراین، سعی می کند با استفاده بیشتر و متنوع تر از مواد پورنوگرافی به حساسیت اولیه دست پیدا کند درحالی که دیگر این اتفاق نمی افتد.

۵- مرحله عمل: در این مرحله، فرد از دنیای پورنوگرافی خارج و وارد اعمال پورنوگرافیک می شود.

در ۴ مرحله اول که تماشا، عامل اعتیاد است، شبکه های اجتماعی امروز نقش اول را برای به تماشا گذاشتن مواد پورنوگرافی (نوشته، فیلم و تصاویر مستهجن) دارند. شبکه های اجتماعی با دو خصوصیت سرعت بالا و دسترسی آسان، موثرترین عامل برای ابتلای کاربران به اعتیاد به پورنوگرافی می باشد.

شبکه های اجتماعی، نسل جدیدی از پایگاه هایی هستند که این روزها در کانون توجه کاربران شبکه های جهانی اینترنت قرار گرفته اند. این گونه پایگاه ها بر مبنای تشکیلات آنلاین فعالیت می کنند و هر کدام دسته ای از کاربران اینترنتی با ویژگی خاص را گرد هم می آورند. اینترنت و سرویس های ارائه شده در قالب آن، در عین حال که ابزار مفیدی برای کسب و تبادل اطلاعات است، اما می تواند مخرب نیز باشد؛ به بیان دیگر، اینترنت ابزار قدرتمندی است که هم می تواند باعث فساد گردد و هم ابزار آموزش و تعلیم و رشد علمی، فرهنگی و اجتماعی نوجوانان و جوانان را فراهم آورد. اگر در گذشته یک جوان بعد از ده ها مرتبه مراجعه به مراکز خاص زیر زمینی می توانست تصاویر و فیلمهای مستهجن را تهیه نماید، امروز با استفاده از تلفن همراه در سریع ترین زمان و به طور رایگان فیلمها و تصاویر مستهجن را دریافت می نماید. به همین خاطر مراحل اولیه اعتیاد به پورنوگرافی خیلی به سرعت طی می شود.

۱-۴-۴. هزینه درایی تلفنی و کامپیوتری

هزینه درایی تلفنی و کامپیوتری، عبارت است از ابراز کلمات و قیحانه پشت تلفن به فردی که ناخواسته و بی خبر، شریک جنسی فرد تلفن کننده شده است. وقتی بیمار منتظر تلفن زدن است، دچار تنش و انگیزتگی میشود. وقتی طرف مکالمه گوش میدهد، بیمار که معمولاً یک مرد است، اشتغال های ذهنی خود را بیان میکند و مخاطب را وامیدارد در مورد فعالیتهای جنسیش صحبت کند. مکالمه با خودارضایی همراه است که اغلب پس از قطع کامل مکالمه، کامل میشود^{۱۴}.

^{۱۴}. رساله آموزشی دکتر شمشیری www.drshamshiri.com

برخی افراد از شبکه های کامپیوتری برای ارسال پیام های وقیح، پیام های جنسی آشکار و تصاویر ویدویی استفاده میکنند. این کارها گاه بصورت وسواسی انجام میشوند. این خطوط جنسی کامپیوتری (Cybersex) با ناشناس نگهداشتن کاربر، به برخی کاربران اجازه میدهد نقش جنس مخالف را بازی کنند که نمایانگر روش جایگزین برای ابراز تخیلات مبدل پوشی یا ترانس سکشوالی است. با اینکه ندرتا بعضی از این تماسهای کامپیوتری، در فضای مجازی به روابط معنادار در جامعه تبدیل شده است ولی طبق آمار، اکثر این ملاقاتها با شکست و سرخوردگی و آسیب همراه بوده؛ چون دو طرف اکثرا با تخیلات رویا پردازانه قبلی نسبت به هم هستند و بعد ملاقات، توقعات ناخودآگاه همدیگر را نمیتوانند برآورده کنند. همچنین خطر تجاوز به عنف و قتل هم در اینگونه روابط وجود دارد؛ مخصوصا افراد بچه باز اغلب از این طریق، کودکان و نوجوانان را به دام میاندازند.^{۱۵}

۱-۴-۵. تنقیه خواهی جنسی

سخنی لطیف از امام صادق (علیه السلام): از ایشان درباره آمیزش از مقعد پرسیدند. حضرت در نهایت زیبایی فرمودند: «همسرت، عروسک و عشق زندگی توست؛ پس او را با این کار اذیت مکن.»^{۱۶}

چه بسا آمیزش از طریق مقعد خود یک نوع انحراف جنسی باشد که بر اثر تبلیغ در شبکه های اجتماعی شیوع پیدا نموده است. در شبکه های اجتماعی، سعی میشود به مخاطب بویژه به خانمها اینگونه القاء شود که برای ارضاء نیاز جنسی، لازم نیست به دردسر بیفتی از هر وسیله از طریق مقعد میتوانی نیاز جنسی خود را بر طرف نمایی.

^{۱۵}. رساله آموزشی دکتر شمشیری www.drshamshiri.com

^{۱۶}. وسائل الشیعه، ج ۲۰، ص ۱۴۳

۲. کاربران خانوادگی

گفتار اول: اخلاق جنسی در خانواده از نگاه قرآن و روایات

شایسته است به مناسبت بحث و نظر به اهمیت خانواده و روابط جنسی بین زن و شوهر، اخلاق جنسی در خانواده را از نگاه قرآن و روایات مورد مطالعه قرار دهیم و در پایان، تفاوت دو نگاه اسلامی و غربی را در مقوله غریزه جنسی بیان نماییم. از نگاه قرآن، رسیدن به آرامش در سایه ازدواج قرار داده شده است. خداوند تعالی میفرماید: «او خدایی است که (همه) شما را از یک فرد آفرید و همسرش را نیز از جنس او قرار داد، تا در کنار او بیسایید. سپس هنگامی که با او آمیزش کرد، حملی سبک برداشت.»^{۱۷} غریزه جنسی از غرایزی است که خدای متعال در انسان قرار داده است؛ این غریزه، عطیه الهی و امری طبیعی و فطری است. قرآن کریم، گرایش زن و مرد را به یکدیگر، اقتضای ساختار آدمی و نخستین کالای زیبا و آراسته ی دنیوی به حساب آورده است: «برای مردمان، علاقه به خواستنی های گوناگون از جمله علاقه به زنان و... آراسته شده است.»^{۱۸} در این آیه، واژه شهوت به کار رفته و چون این واژه به معنای خواسته شدید است می توان گفت علاقه به زن و فرزند شدید است. شهید مطهری ره در مورد غریزه جنسی این گونه می گوید: به هر حال از نظر اسلام علاقه جنسی نه تنها با معنویت و روحانیت منافات ندارد، بلکه جزء خوی و خلق انبیاست. رسول اکرم صلی الله علیه و آله و ائمه اطهار علیهم السلام، طبق آثار و روایات فراوان که رسیده است، محبت و علاقه خود را به زن در کمال صراحت اظهار می کرده اند و برعکس، روش کسانی را که میل به رهبانیت پیدا می کردند، سخت تقبیح می نمودند.^{۱۹}

با تدبر در آیات الهی، می توان نکات ذیل را پیرامون روابط جنسی یافت :

(۱) تمتع ولذت (۲) زمان اختصاصی (۳) موجب آرامش (۴) لباس همسران (۵) ثواب اخروی.

^{۱۷} . اعراف، ۱۸۹

^{۱۸} . آل عمران، ۱۴

^{۱۹} . مجموعه آثار ج ۱۹ ص ۶۲۷

الف - تمتع ولدت: و زنانی را که متعه می کنید، واجب است مهر آنها را بپردازید^{۲۰} در این آیه خدای متعال کلمه « تمتع » را بیان نموده است ؛ این کلمه در کتب لغت به معنای « بهره گیری و انتفاع » است ، و این بهره گیری لذت جنسی است که امام صادق (ع) آن را با لذت ترین نعمت های دنیا و آخرت می دانند: امام صادق علیه السلام فرمودند: « برای مردم در دنیا و آخرت ، هیچ لذتی بالاتر از همبستری با زنان نیست »؛ سپس فرمودند: « اهل بهشت به چیزی بیشتر از نکاح، چه از طعام و شراب ، لذت نمی برند.»^{۲۱} خدای متعال خلقت زوج (همسر) را از نشانه های خود ، و آن را برای سود و نفع یکدیگر بیان داشته است: « و از نشانه های او این که همسرانی (زوج) از جنس خودتان ، به نفع و سود شما آفرید.»^{۲۲}

پیامبر اسلام (ص) لذت خود از دنیا را بهره گیری از زنان دانسته و می فرماید: « روشنی چشم من در نماز و لذت من در دنیا ، زنان و گل های من حسن و حسین (ع) می باشد.»^{۲۳} مارابل مورگان در کتاب «زن کامل» لذت جنسی را به این گونه بیان می کند : از نظر فیزیکی، نقطه اوج رابطه جنسی، بزرگ ترین لذت و عظیم ترین آرامش در روی زمین است. بسیاری از پزشکان تحقیق کرده اند که اوج این موقعیت، بدن انسان را دوباره زنده و احیاء می کند و سلامتی فیزیکی را بدنبال دارد. چه زمانی عالی تر از این! هر دوی آنها احساس می کنند که خواسته شان ارضاء و برآورده شده است.

ب - زمان اختصاصی: قرآن برای بهره گیری همسران از یکدیگر زمان اختصاصی قایل است، و در این وقت خصوصی زن و مرد ، می بایستی دیگر افراد خانواده بدون اجازه وارد نشوند ، حتی اطفال - برای حفظ بهداشت جنسی کودک - نباید بدون اجازه، در این اوقات خصوصی والدین وارد شود: «ای کسانی که ایمان آورده اید! بردگان شما، و همچنین کودکانتان که به حد بلوغ نرسیده اند، در سه وقت باید از شما اجازه بگیرند: پیش از نماز صبح، و نیمروز هنگامی که

^{۲۰}. نساء، ۲۴۹.

^{۲۱}. کافی ج ۵، ص ۳۲۰.

^{۲۲}. روم، ۲۰.

^{۲۳}. وسایل الشیعه ج ۲۰ ص ۲۳.

لباسهای (معمولی) خود را بیرون می آورید، و بعد از نماز عشا این سه وقت خصوصی برای شماست، اما بعد از این سه وقت، گناهی بر شما و بر آنان نیست (که بدون اذن وارد شوند) و بر گرد یکدیگر بگردید. این گونه خداوند آیات را برای شما بیان می کند، و خداوند دانا و حکیم است».^{۲۴} در آیه بعدی استیذان و اجازه گرفتن فرزندان بالغ را در این اوقات خصوصی والدین نیز متذکر می شود: «و هنگامی که اطفال شما به سن بلوغ رسند باید اجازه بگیرند، همان گونه که اشخاصی که پیش از آنان بودند اجازه می گرفتند. این چنین خداوند آیاتش را برای شما بیان می کند، و خدا دانا و حکیم است».^{۲۵}

والدین، نیازمند به اوقات خصوصی می باشند، زیرا وجود این اوقات خصوصی در تحکم زندگی مهم و اساسی است، و عدم آن در تذلل و ازهم پاشدگی زندگی زناشویی مؤثر می باشد. این اوقات موجب افزایش محبت نسبت به یکدیگر و کسب آرامش خواهد شد. شاید این سؤال در ذهن نقش ببند که چرا خدای متعال و حکیم در آیه دوم، بر اجازه گرفتن فرزند بالغ، در اوقات خصوصی والدین تذکر داده است؟ آیا والدین به نکته ساده آگاهی ندارند که نیاز مند به تذکر بوده؟ شاید پاسخ این باشد که تذکرش برای اهمیت و ارزش گذاری به وقت خصوصی داشتن والدین می باشد، به گونه ای که حتی در سالیانی بعد از ازدواج که فرزند آنها بالغ شده است، باز هم والدین نیازمند به اوقات خصوصی می باشند.

ج - موجب آرامش: در قرآن علت خلقت زوج (همسر) را به عنوان آرامش بخش یکدیگر بودن بیان فرموده است: «از نشانه های او، این است که همسرانی (جفت هایی) از جنس خودتان برای شما آفرید تا در کنار آنان آرامش بگیرید، و بین شما (زن و شوهر) مودت و رحمت قرارداد است؛ در این، نشانه هایی است برای گروهی که تفکر می کنند».^{۲۶}

در سوره روم خدای متعال علت خلقت زوج (همسر) را کسب آرامش و جلب مودت و رحمت بیان نموده است؛ ولی در آیه ۱۸۷ سوره اعراف، ضمن بیان علت خلقت همسر یعنی «کسب

^{۲۴}. نور، ۵۸.

^{۲۵}. نور، ۵۹.

^{۲۶}. روم، ۲۱.

آرامش»، این آرامش را از همبستری با زوج خود «فَلَمَّا تَعَشَّاهَا» بیان کرده است: او خدایی است که (همه) شما را از یک فرد آفرید و همسرش را نیز از جنس او قرار داد، تا در کنار او بیاساید. سپس هنگامی که با او آمیزش کرد، حملی سبک برداشت.

انسان در حین کار و زندگی روز مره، خستگی روحی و جسمی پیدا می کند و نیاز مند به تمدید قوا می باشد، همان گونه که غذا و آب و خواب موجب تمدید نیرو می شود؛ گزینه جنسی نیز از غرایزی است که خالق متعال برای کسب آرامش در وجود زن و مرد قرار داده است. امام سجاد (ع) زن را این گونه معرفی می نماید: «أما حقُّ همسرت این است که بدانی، به راستی خداوند او را مایه آرامش و آسایش و همدم و پرستار تو قرار داده و بایسته است که هر یک از شما [زن و شوهر]، به سبب همسرش خدای را سپاس دارد و بداند که این ارزانی خدا بر اوست». ^{۲۷} عدم ارضای نیازهای جنسی، عامل دیگری برای اختلاف زن و شوهر است. عدم توجه به نیازهای جنسی یکدیگر که به ناتوانی، بی میلی، یا سرد مزاجی فرد مربوط می شود، با لطمه به روابط زن و شوهر، افراد را دچار عصبانیت و دلسردی نسبت به همسر و زندگی میکنند و به تدریج موجب بروز رفتارهای پرخاشگرانه و در نهایت افسردگی می شود.

د- لباس همسران: «آمیزش جنسی با همسرانتان، در شبِ روزهایی که روزه می گیرید، حلال است. آنها لباس شما هستند و شما لباس آنها (هر دو زینت هم و سبب حفظ یکدیگرید)». ^{۲۸} در آیه فوق خدا ضمن نسخ حکم حرمت همبستری در ماه رمضان، جواز آن را در شب های ماه رمضان صادر نمودند؛ و سپس تعبیری زیبا نسبت به چگونگی ارتباط زن و شوهر بیان می نماید، که زیباترین و لطیف ترین تشبیه برای ارتباط زن و شوهر می باشد، زن و مرد را لباس یکدیگر بیان می فرماید: «هُنَّ لِبَاسٌ لَكُمْ وَأَنْتُمْ لِبَاسٌ لَهُنَّ».

ه - ثواب اخروی: « زنان شما، محل بذرافشانی شما هستند پس هر زمان که بخواهید، می توانید با آنها آمیزش کنید. و اثر نیکی برای خود، از پیش بفرستید! و از خدا بپرهیزید و بدانید او را

^{۲۷}. تحف العقول، ص ۲۶۲

^{۲۸}. بقره ۱۸۷.

ملاقات خواهید کرد و به مؤمنان، بشارت ده!».^{۲۹} علامه ره در تفسیر المیزان در ذیل این آیه «وَ قَدْ مَوَّأَ لِنَفْسِكُمْ» علاوه بر فرزند صالح، بر پیش فرستادن عمل صالح نیز تاکید کرده، چنین بیان می کند: «بیانی که از نظر خواننده گذشت این احتمال را تایید می کند که مراد از تقدیم برای خود، از پیش فرستادن اعمال صالح است برای روز قیامت، هم چنان که در جایی دیگر فرموده: «روزی که هر کسی به تماشای آنچه از پیش فرستاده می ایستد.»^{۳۰} و نیز فرموده: «و آنچه را از پیش برای خود فرستادید، نزد خدایش می یابید، که اگر خیر بود خیرتر شده، و اجری عظیم دارد.»^{۳۱} آیه در وهله اول، منظور از عمل خیر فرستادن، «فرزند صالح» می باشد که با انجام کارهای خیر موجب رشد روحی والدین در زمان حیات و ممات آنها خواهد شد.»

نتیجه: با توجه به آنچه بیان شد معلوم می شود دین اسلام به روابط زن و شوهر با دید مثبت نگاه می کند و حتی به آن رنگ معنوی و عبادی می دهد.

۱. تفاوت دیدگاهها در راه حل مسئله جنسی

شهید مطهری ره در کتاب «اخلاق جنسی در اسلام و جهان غرب» به مقایسه ی دیدگاه اسلام و غرب درباره ی غریزه ی جنسی پرداخته و تفاوت ۱۸۰ درجه ای دیدگاه غرب در گذشته و امروز به این مسئله و علت آن را توضیح می دهد، ایشان بیان می دارد که «اخلاق جنسی قسمتی از اخلاق به معنای عام است؛ شامل آن عده از عادات و ملکات و روش های بشری است که به غریزه ی جنسی بستگی دارد.»^{۳۲} طبق بیان ایشان با وجود علت ها و زمینه های مختلفی که جوامع و ادیان گذشته در دیدگاه شان درباره ی این موضوع داشته اند، اما یک طرز فکر عمومی بر غالب دنیای قدیم حاکم بود و آن هم پلید و قبیح دانستن زن و ازدواج با او بود و این در حالی است که از نظر اسلام، علاقه ی جنسی در بستر ازدواج نه تنها با معنویت و روحانیت منافات ندارد بلکه جزو خلق و خوی انبیاست و از نشانه های بارز وجود خداوند است.

^{۲۹}. بقره، ۲۲۳.

^{۳۰}. نبا، ۴۱.

^{۳۱}. مزمل، ۲۰.

^{۳۲}. مجموعه آثار شهید مطهری، ج ۱۹، ص ۶۳۳.

«این عقیده مطلقاً روح زن و مرد را به طور مساوی آشفته می سازد و کشمکش جانکاهی میان گزینه‌ی طبیعی از یک طرف و عقیده‌ی مذهبی از طرف دیگر به وجود می آورد. ناراحتی‌های روحی که عواقب وخیمی به بار می آورد، همواره از کشمکش میان تمایلات طبیعی و تلقینات مخالف اجتماعی پیدا می شود.»^{۳۳}

اخلاق جنسی همواره مهم‌ترین بخش‌های اخلاق به‌شمار می‌رفته است. از نظر اسلام، روابط جنسی را فقط مصالح اجتماع حاضر یا نسل آینده محدود می‌کند و در این زمینه تدابیری اتخاذ کرده است که منجر به احساس محرومیت و ناکامی و سرکوب شدن این گزینه نگردد. اخلاق جنسی نوین در جوامع غیراسلامی به‌خصوص غربی هیچ‌گونه محدودیت و ممنوعیت را در این موضوع نپذیرفته و قائل به آزادی کامل بشر در این عرصه است: «در حالی که مقتضای منطق و تعقل این است که با سنن و خرافاتی مبتنی بر پلیدی علاقه‌ی جنسی مبارزه کنیم و در عین حال، موجبات طغیان، عصیان و ناراحتی گزینه را به نام آزادی و پرورش آزادانه فراهم نکنیم.»^{۳۴}

۲. لزوم توجه به دیدگاه نوین و هوشیاری در برابر آن

استاد شهید در ضمن توضیح دیدگاه نوین غرب از جانب فروید، راسل و مانند آن‌ها، به بیان اختلاف‌ها و تفاوت روشی آن‌ها و نقد هر کدام می‌پردازند و این نکته را متذکر می‌گردند که چه بسا جوانانی که سرمایه‌ی فکری‌شان وافی نیست که بخواهند به بررسی منطقی این مسائل بپردازند، تحت تأثیر شخصیت و شهرت صاحبان این افکار قرار گرفته و عقیده پیدا کنند که این سخنان صد در صد مطابق با منطق است. «به نظر ما ضرورت دارد خوانندگان محترم را در جریان بگذاریم و آگاه کنیم که افکاری که در این زمینه از غرب برخاسته و جوانان ما تازه با الفبای آن آشنا شده‌اند و احیاناً تحت عنوان‌های مقدسی نظیر آزادی و مساوات، با جان و دل آن‌ها را می‌پذیرند به کجا منتهی می‌شود. آخر این خط سیر کجاست؟ آیا اجتماع بشر قادر خواهد بود در این مسیر گام بردارد و راه خود را ادامه دهد؟ یا اینکه این کلاهی است که برای سر بشر خیلی بزرگ است. این راهی است که ادامه دادن آن جز فتنای بشریت چیزی در بر ندارد.»^{۳۵}

^{۳۳}. همان ص ۶۳۰.

^{۳۴}. همان ص ۶۳۷.

^{۳۵}. همان ص ۶۳۹.

پس از اعلام آزادی جنسی در غرب، شاهد بالا رفتن آمار بیماری های روانی، جنون ها، خودکشی ها، جنایت ها، دلهره ها و اضطراب ها، یأس و بدبینی ها، حسادت ها و کینه ها بودیم. در جامعه ی امروز، جوانان به طور محسوسی از ازدواج شانه خالی می کنند. حاملگی و زاییدن و بچه بزرگ کردن به صورت امر منفوری برای زنان در آمده است. زنان به اداره ی امر خانه کمتر علاقه نشان می دهند. جنگ اعصاب بیش از پیش رو به افزایش است. علاقه ی پدر و مادرها و به خصوص مادرها نسبت به فرزندان کاهش یافته است. زن دنیای امروز به ابتدال کشیده شده و هوس های سطحی به جای عشق جانشین شده است. طلاق افزایش یافته و تعداد فرزندان نامشروع و فاقد سرپرست رو به ازدیاد است و از آن طرف صمیمیت و وحدت میان زوجین بسیار نادر گشته است. بنابراین، جذابیت های اولیه و ظاهری دیدگاه نوین، نباید ما را فریب دهد. از سوی دیگر رعایت دستورات اسلام موجب می شود با مدیریت، کنترل و ارضای صحیح گزینه ی جنسی، ثمرات بسیاری برای فرد و جامعه باشد که مهم ترین آن، پیدایی عشق است.

گفتار دوم: برخی از انواع انحرافات و بحران های جنسی خانوادگی

۱. تنوع طلبی

تحقیقات نشان داده است چشم چرانی، تماشای فیلم های محرک جنسی، دیدن تصاویر شهوت انگیز، مشاهده فیلم های مبتذل، پوشش و آرایش نامناسب و تحریک کننده در جامعه، دیدن روابط جنسی وحشیانه، غیربهداشتی و خلاف واقع که اجرای آن خارج از توانایی زوجین و به نوعی ناتوان کننده است و همچنین مشاهده سریال های خیانت آمیز برخی شبکه های خارجی که سبب کاهش و کمرنگی قبح و زشتی روابط نامشروع می شود، از مهم ترین عواملی است که بر تنوع طلبی جنسی زنان و مردان جامعه ما دامن زده و در پی آن انتظارات جنسی زوج ها را از یکدیگر بالا برده و رسیدن به لذت و ارضای طبیعی جنسی را با مشکل مواجه کرده است.

تنوع طلبی جنسی، پدیده ای است که هرگاه عشق در روابط زناشویی کمرنگ شود، ارضای ناقص جنسی متولد می شود. محرک هایی چون ماهواره و سایت های غیرمجاز و بویژه شبکه های اجتماعی به دلیل ارزانتر و در دسترس تر بودن این شبکه ها، از عوامل پررنگی است که موجب

بروز هیجانانگیز شده و برخی افراد بویژه مردان، نمی توانند به طور طبیعی با شریک زندگی خود به رضایتمندی جنسی برسند و همچون افراد گرسنه ای هستند که همه چیز را غذا می بینند و همواره در پی کشف فردی زیباتر، جذاب تر یا روشی جدیدتر برای ارضای جنسی خویش هستند.

۱-۱. نادرستی تنوع طلبی جنسی

بدون شک، داشتن حس تنوع طلبی جنسی در زندگی مشترک، به هیچ وجه توجیه پذیر نبوده و با توجه به این که هیچ مرد یا زنی نمی تواند ادعا کند که در زندگی خود دست کم به لحاظ ظاهری با فردی بهتر، زیباتر یا جذاب تر از شریک زندگی اش مواجه نخواهد شد، باید این حس را تحت کنترل درآورد. باید افراد متوجه باشند که شیطنت ها، دوست بازی ها، برقراری روابط باز با جنس مخالف، استقبال از راهیابی به سایت های مستهجن اینترنتی و هیجان در تماشای تصاویر و فیلم های کوتاه محرک در شبکه های اجتماعی و... همه به نوعی نشان دهنده تنوع طلبی بالای فرد است که اتفاقا بعد از ازدواج بدتر هم می شود. زنانی که همسر خود را غرق در تماشای صورت های بزرگ کرده از طریق شبکه های اجتماعی می بینند، همیشه این نگرانی را دارند که نکند صورتی یا لب و اندامی برای شوهرش دلبری کند و او را از چشم همسر خود بیندازد و زندگی او از هم بپاشد. همین نگرانی همیشگی در عدم آرامش روحی و روانی او کافی است که زندگی او را به تلخ کامی بکشاند.

ویل دورانت می گوید: «فساد پس از ازدواج بیشتر محصول عادت های پیش از ازدواج است.»^{۳۶}

۲. مقایسه شهوت آلود

در جامعه ای که شبکه های اجتماعی و ماهواره توانسته باشند جلوه گری ها و فرهنگ برهنگی و بدحجابی را حاکم نمایند، و در پی آن زن و مرد به هر سوی و هر کس که بخواهند نگاه کنند، اینجاست که همواره در زندگی حالت مقایسه بوجود می آید؛ مقایسه میان آنچه دارند و

^{۳۶}. لذات فلسفه، ویل دورانت، تهران، نشر دانشجویی، ص ۹۴.

آنچه ندارند. مقایسه میان آنچه دیده اند با آنچه دارند. این مقایسه ها هوس را دامن می زند و خانواده را در معرض نابودی قرار می دهد.

زنی که سال ها در کنار شوهر و در مشکلات با او زندگی کرده، پیداست اندک اندک بهار چهره اش، شکفتگی خود را از دست می دهد و روی در خزان می گذارد و در چنین حالی است که سخت محتاج مهربانی و وفاداری همسر خویش است، اما ناگهان تصویر زن جوان تری چشم همسر خود را پر نموده است و در شبکه های اجتماعی، عده ای که شغل آنها عرضه اندام است و متناسب با این شغل برای جذابیت اندام خود هزینه نموده اند، فرصت مقایسه ای را پیش می آورد که مقدمه می شود برای ویرانی اساس خانواده.

۳. قبح زدایی از روابط جنسی محارم

شبکه های اجتماعی، قبح روابط جنسی محارم با همدیگر را می شکنند و بویژه در موارد زیر

برنامه، فیلم و پوستر تهیه و منتشر می نمایند:

۱) تمایل مادر به ارتباط جنسی با پسر خود؛

۲) تمایل پدر به ارتباط جنسی با دختر خود؛

۳) ارتباط نامشروع برادر و خواهر؛

۴) رابطه های جنسی غیر متعارف بین زن و شوهر؛

۳. کاربران اجتماعی:

گفتار اول: اخلاق جنسی در جامعه از نگاه قرآن و روایات

نظام اخلاق جنسی اسلام، دارای مبانی متعددی است. این نظام در فضای خدا باوری و اعتقاد به مبداء و معاد شکل می گیرد و بر طبق تعبد، هدفمندی خلقت، تفاوت زن و مرد، کرامت انسانی (به عنوان وجه مشترک انسانها)، از انسان ها انتظار دارد که در روابط بین زن و مرد، رفتارهای خاصی از خود بروز دهند. در سیره ی اهل بیت (علیهم السلام) می توان مصادیق این رفتارهای مبتنی بر کرامت، هدفمندی، تفاوت و ... را ردیابی کرد. گزاره های مربوط به نگاه، پوشش و ... ناظر به این رفتارها هستند.

اسلام انتظار دارد که فرد دیندار بر طبق اصول و مبانی اخلاقی، رفتار اخلاقی از خود بروز دهد. از بین اصول اخلاقی، اصل اخلاقی عفت، ناظر به رابطه ی زن و مرد است؛ زیرا در رابطه ی زن و مرد، غریزه ی جنسی می تواند آسیب زا باشد و عفت، مانع غلبه ی غریزه ی جنسی بر عقل انسان می شود.

خداوند در قرآن کریم، بر عفت تاکید دارد. از آیات قرآن چنین به دست می آید که عفت و پاکدامنی موجب می شود تا انسان در مسایل جنسی، رو به اعتدال رود. با (ازدواج)، از گرایش به اسراف و رفتن به بی راهه ها در این حوزه خودداری ورزد؛ زیرا عفت ورزی و ایجاد شرایط عفاف در انسان، موجب می شود تا نفس از هر زشتی محافظت شود و امکان سوء استفاده و نیز نسبت های ناروا به انسان برای دیگران فراهم نیاید.

زنان و مردان، موظفند که با تمرین و رعایت تقوای الهی غرایزشان را تحت کنترل درآورده و نفس خود را از ارتکاب معاصی و کارهای حرام نگه دارند. که رعایت این امر در زن و مرد، باعث حفظ امنیت جنسی زن و مرد در خانواده و جامعه و رسیدن آن دو به کمال مطلوب می باشد. با رعایت حریم در کلام و رعایت نگاه و پوشش و ...، می توان کلام و رفتار عفیفانه داشت.

نتیجه اینکه، هر رابطه جنسی که با اصل کرامت انسانی سازگار نباشد، یک انحراف در مسائل جنسی است.

گفتار دوم: برخی از انواع انحرافات و بحران های جنسی اجتماعی

۱. همجنس گرایی

همجنس گرایی، یکی از کهن ترین و باسابقه ترین انحرافهای جنسی است و به رفتار و سازش بین دو همجنس چه به صورت رابطه عاطفی و چه به صورت برقراری رابطه جنسی گفته می شود.^{۳۷} همجنس گرایی به دو صورت بروز می کند: یکی عدم تمایل به جنس مخالف و روی آوردن به همجنس گرایی و حالت دوم روی آوردن به همجنس به دلیل محرومیت از ارتباط با جنس مخالف. این رفتار حتی قبل از بلوغ به صورت کنجکاوی نسبت به دستگاه تناسلی همجنس بروز می کند و نوجوانانی که از تربیت نامناسب و شرایط خانوادگی مساعد بهره مند نباشند، بیشتر دچار آن می شوند. عامل مؤثر در انحراف همجنس گرایی، عدم تناسب ترشحات هورمونی متناسب با جنسیت فرد، همراه با محیط نامناسب و تجربه های سوءاستفاده جنسی از طرف همجنسان بزرگسالتر از آنان است.^{۳۸}

همجنس گرایی بین دو مرد را لواط گویند و بین دو زن را مساحقه می نامند. شرع مقدس اسلام، همجنس گرایی را جرم و برای آن مجازات حدی تعیین نموده است. قانون هم به پیروی از شرع، وصف کیفری را به این عمل متصف نموده است.^{۳۹}

همجنس گرایی به دو نوع زنانه و مردانه تقسیم می شود:

۱-۱. همجنس گرایی زنانه

رابطه جنسی بین دو زن را همجنس گرایی زنانه گویند. که معمولا زنان همجنس گرا یا زنان همجنس خواه را لزبین (lesbian) نیز می گویند.

۳۷. www.socialsciences.ir

۳۸. حسین، لطف آبادی، ج ۲، ص ۱۹۹.

۳۹. شورای فرهنگی اجتماعی زنان، ش ۲۰، ص ۱۰۱.

۲-۱. همجنس گرایی مردانه

رابطه جنسی بین دو مرد را همجنس گرایی مردانه گویند. و معمولا مردان همجنس گرا و یا مردان همجنس خواه را گی (Gay) نیز می گویند.^{۴۰} در شبکه های اجتماعی، با گروههای زیادی با همین عنوان برخورد می نماییم که اعضای گروه یا زوجهای همجنس باز هستند. در هر شبکه اجتماعی، معمولا تعدادی از دختران، گروهی دارند که مدعی هستند مخصوص دختران است.

در چنین گروه هایی که ورود آقایان ممنوع است، هر موضوع دخترانه ای رد و بدل می شود. از جک ها و دانستنی ها گرفته تا مدهای روز و تازه های دنیای فشن و گاهی هم اعضا به چالش هایی دعوت می شوند، چالش هایی که از افراد آنلاین درخواست می شود تا تصاویری را با دیگران به اشتراک بگذارند. در ابتدا این چالش ها با اشیاء شروع می شود، مثلا مدیر گروه پیشنهاد می دهد تا سایر اعضا از کلکسیون لاک های خود عکس بگیرند و در گروه قرار دهند، یا از لباس های خود عکس بگیرند و منتشر کنند. اما گاهی چالش ها پا را فراتر می گذارند بطوریکه اعضا باید از خود سلفی بگیرند و همین الان یهویی در گروه قرار دهند.

۳-۱. شناعت هم جنس بازی در آیات قرآن

این رفتار انحرافی میتواند انسان را از کسب فضائل معنوی و اخلاقی محروم نماید و چه بسا موجب گمراهی و انحطاط فرد شود. قرآن کریم در بیان مرزها و رابط جنسی می فرماید: «أَتَاتُونَ الذُّكْرَانَ مِنَ الْعَالَمِينَ وَ تَذَرُونَ مَا خَلَقَ لَكُمْ رَبُّكُمْ مِنْ أَزْوَاجِكُمْ بَلْ أَنْتُمْ قَوْمٌ عَادُونَ...».^{۴۱} چرا از میان مردم جهان با همجنس خود (مردان) می آمیزید؟ و همسرانی را که پروردگارتان برایتان آفریده است ترک می گوئید. شما مردمی متجاوز هستید. و نیز می فرماید: «أَلَيْسَ لِكُلِّ ذَكَرٍ لَكُمْ مِنْهُنَّ مَا تَرْتَبِئُونَ بِهِمْ أَفَلَا تَعْقِلُونَ».^{۴۲} آیا برای هر مردی از آنها چیزی نیست که شما بدانها تعلق دارید؟ آیا نمی دانید؟

^{۴۰} . www.drnajafitavana.com

^{۴۱} . الشعراء ۱۶۵ و ۱۶۶

شهوة من دون النساء بل اثم قوم تجهلون».^{۴۲} شما از روی شهوت به جای زنان بر مردان می گرایید؟ مردمی نادان هستید.» چنانچه مشاهده شد خداوند در قرآن کریم این عمل را نشانه بی خردی و نیز تجاوز از حدود اخلاقی دانسته است.

۲. تجاوز به کودکان

بچه بازی عبارت است از میل شدید جنسی یا تحریک جنسی نسبت به کودکان زیر ۱۳ سال، در یک دوره حداقل ۶ ماهه. این بیماران حداقل ۱۶ سال سن دارند و دست کم ۵ سال از قربانی خود بزرگترند. اکثرا مرد هستند و بیشتر در سن بلوغ یا اوایل نوجوانی علاقه به کودک شروع می شود. اکثر قربانیان لمسی آنها پسر هستند. بیشتر به صورت دستمالی آلت تناسلی یا رابطه جنسی دهانی صورت میگیرد و رابطه جنسی مهملی یا مقعدی بجز در موارد زنا با محارم (incest) شایع نیست.

بیشتر بچه بازها بدون کاربرد نیروی فیزیکی، کودک را درگیر سکس میکنند و سعی میکنند برای بار اول، کودک تجربه خوشایندی داشته باشد. ندرتا بعد انجام کار، حتی اقدام به قتل کودک میکنند. اکثر بچه بازها به بزرگترها هم علاقه دارند.

ملاک های زیر را برای این اختلال وجود دارد:

۱- فرد، گرایش مداوم یا غالب برای رابطه جنسی با کودکان زیر سن بلوغ دارد؛

۲- بیمار؛ حداقل ۱۶ سال سن داشته و ۵ سال بزرگتر از کودکان قربانی است؛

تا قبل از گسترش شبکه های اجتماعی، حداقل در جوامع دینی کمتر این اختلال جنسی شیوع داشت. اما شبکه های اجتماعی با انتشار فیلمها و تصاویر مربوط به این عمل جنسی، باعث تحریک میل جنسی بینندگان می شود.

۳. نظربازی یا چشم چرانی

عدم کنترل نگاه به نامحرم پس از دید اول و دنبال کردن آن را نظربازی یا چشم چرانی گویند. اگر فرد تنها از نظربازی برای ارضای کشش جنسی استفاده کند، دچار نوعی انحراف جنسی شده

است و در روایات، نظر و نگاه کردن به نامحرم به زنای چشم تعبیر شده است. قال رسول الله صلی الله علیه و آله: «لکل عضو حظ من الزنا؛ فالعین زناها النظر».^{۴۳}

امروزه در هر کجای جهان، زن یا دختری که ظاهری زیبا و حرکات و رفتاری دلنشین و همراه با ناز و عشوه دارد، اگر بخواهد خود را در معرض نمایش مردان هوسباز بگذارد، در بهترین حالت با زیباترین آرایش، یک تصویر با هزینه ای ناچیز تهیه می نماید و در صفحه اینستاگرام یا کانال تلگرام مربوط به خود می گذارد. در مدت زمان خیلی کوتاه در عرض کمتر از ده دقیقه میلیونها نفر به این تصویر نمره می دهند و پسندیدم یا نپسندیدم خود را با یک انگشت لحاظ می نمایند. زندگی اینستاگرامی جوانان ما، امروز بسیار ناراحت کننده است. درد آور است که می بینیم مردمی را که کنار خانم خود نشسته اند اما به تماشای صورت بزک شده هنرمندان و رقاصان گوشه و کنار جهان، از طریق شبکه های اجتماعی نشسته اند. آری آنچه را مردان و زنان ما در فضای مجازی می بینند در فضای حقیقی جستجو می نمایند. چشم چرانی میکنند تا ببینند لب و دماغ کدام یک از آنان که در بازار و خیابان یا در محیط دانشگاه و مدرسه است بیشتر شبیه فلان خواننده یا فلان رقاص و یا فلان هنر پیشه غربی یا شرقی است. این شبکه های اجتماعی است که به افراد القاء می نماید هر کدام از قسمتهای اندام یک زن یا یک مرد برای یک رابطه لذیذ جنسی، در چه سائز یا چه رنگی باشد. پس از آنکه در شبکه اجتماعی مشخصات اندامی یک شریک جنسی مطلوب آموزش دیده شد، حال باید در بازار و خیابان مرد چشم به سینه و ساق پای زنان بدوزد و زن چشم به اندام مردان، تا شریک جنسی خود را شکار نمایند. این است که شبکه های اجتماعی مرض چشم چرانی افراد را چند صد برابر نسبت به قبل نموده است.

ع. عورت نمایی یا نمایشگری

عورت نمایی Exhibitionism، عبارت است از میل شدید برای نمایش دادن اندام تناسلی به فرد یا افراد غریبه یا شخص غیرمنتظر. تقریباً در ۱۰۰٪ موارد عورت نمایی، مرد آلت خود را به

^{۴۳}. محمد محمدی ری شهری، میزان الحکمه، ج ۱۰، ص ۷۵

جنس مخالف نشان می دهد. البته در زنان به صورت نشان دادن مستقیم اندام تناسلی نیست و بیشتر به صورت نشان دادن ناگهانی سایر قسمت های تحریک کننده بدن است. در واقع انواع افراطی عریان پوشی هم از نشانه های خفیف این اختلال است. تحریک جنسی با پیش بینی عورت نمایی شروع شده و ارگاسم یا خودارضایی در ضمن عمل یا پس از آن انجام میگیرد، ولی قصد تماس جنسی وجود ندارد.

افرادی که در فضای جنسی از شبکه های اجتماعی روز و شب خود را پر نموده اند، یکی از مرض هایی که به آن مبتلا هستند، میل شدید به ارسال عکس یا فیلم کوتاه از آلت جنسی خود برای مخاطبین یا افراد ناشناس دارند. اگر کاربر شبکه اجتماعی اینستاگرام باشید می بینید چقدر افراد به این مرض مبتلا هستند. در گروهها و کانالها در اینستاگرام و تلگرام، زن و مرد های فراوانی هستند که از عورت خود عکس و فیلم تهیه می نمایند و در معرض تماشا می گذارند. این عمل صرفاً یک رابطه جنسی برای شهوت رانی نیست، این عمل یک بیماری است که فرد مبتلا، به شدت دوست دارد عورت خود را به نمایش بگذارد و ضمناً از این کار لذت می برد. با سرعت گرفتن فعالیت شبکه های اجتماعی، این عمل برای مبتلایان، با سرعت بیشتر و امکان آسان تری صورت میگیرد. یک تصویر عورت تهیه نموده و در کمتر از ۵ دقیقه میلیونها نفر را به تماشای عورت خود مشغول می نماید. شبکه های اجتماعی افزون بر اینکه این بیماری را برای فرد مبتلا شدت داده است، باعث شده است افراد سالم هم به مرور زمان مبتلا به این بیماری شوند.

۵. دیگر آزاری یا سادیسم

بیماری سادیسم یا دگر آزاری جنسی، یکی از انواع انحرافات جنسی است که بیمار از اذیت و آزار جنس مخالف لذت برده و به اوج لذت جنسی نائل می شود. از بستن دست و پای طرف مقابل گرفته تا انواع دیگر آزارهای بدنی که معمولاً در حین رابطه جنسی انجام می شود. در مقابل این بیماری ماژوخیسم است که بیمار از اذیت شدن در حین رابطه جنسی لذت میبرد. سادیسم بیشتر در مردها و ماژوخیسم جنسی معمولاً در زنها بیشتر شیوع دارد.

در شبکه های اجتماعی، فیلم های کوتاهی از این نوع رابطه جنسی منتشر می شود. بیشتر فیلمها و تصاویر کوتاه در این زمینه، جنبه آموزشی دارد؛ این فیلمها در یک مرکز با یک هدف مشخص تولید میشود. هدف، ایجاد خشونت در روابط جنسی است و میخواهند همه را بیمار نمایند. افرادی که مبتلا به این بیماری شده اند، گویا از رابطه جنسی عادی لذت نمی برند، بلکه باید همراه با کتک و خشونت بر شریک جنسی خود باشد. اسف بار تر اینکه خانمهایی مبتلا به این بیماری هستند که میگفتند تا سلی به صورت ما نخورد لذت نمی بریم. آری! شبکه های اجتماعی با انتشار فیلمهای با محتوای رابطه جنسی خشن، خشونت و کتک کاری حین رابطه جنسی را به عنوان مکمل لذت القاء و تعلیم می نمایند. طبیعت غریزه جنسی این است که هر چه به عنوان لذت جنسی به آن القاء شد، می پذیرد و میخواهد؛ هر چند کتک کاری در رابطه جنسی باشد.

۶. روسپیگری

روسپی گری، تن فروشی یا فحشا، به تجارت یا پیشه آمیزش جنسی طبیعی یا غیرطبیعی در قبال درآمد و یا برخی دیگر منافع گویند که گاهی اوقات با عنوان سکس تجاری (commercial sex) نیز مطرح می شود.

روسپی گری در تاریخ بشریت هر زمانی به گونه ای بوده است. اما با ورود شبکه های اجتماعی بازار روسپی گری مجازی داغ شده است. اغلب روسپیان اینترنتی، کارشان را فقط در دنیای مجازی سکه کرده اند. اما بعضی هاشان هم هستند که به صورت حضوری تن فروشی می کنند. نگاهی به صفحات روسپیان اینترنتی که در فضای فیس بوک مشغول به کار هستند، نشان می دهد که غالب آنها بین بیست و یک تا سی سال سن دارند. (حداقل خود را به این سن معرفی کرده اند) هر چند در این بین بعضاً روسپیان بیست ساله هم دیده می شود.

۷. رابطه جنسی گروهی

رابطه ی جنسی گروهی، به نوع خاصی از نزدیکی و آمیزش جنسی گفته می شود که بین بیش از دو غیر همجنس و یا همجنس انجام شود. مانند هر نوع نزدیکی، این رابطه ی گروهی منجر

به ارضاء نیاز جنسی بین طرفین می شود. این گونه از رابطه از هزاران سال پیش در نقاط مختلف دنیا موجود بوده است، اما امروزه این عمل بیشتر در جوامع غربی رواج دارد.

کارکرد شبکه های اجتماعی در ترویج رابطه ی جنسی گروهی، از دو حیث است؛ غرب با تولید فیلمهای کوتاه با محتوای رابطه ی گروهی و انتشار آن از طریق شبکه های اجتماعی، هم روش سکس گروهی را در حالتهای مختلف آموزش میدهد و هم کاربران را تشویق می نمایند به این نوع آمیزش جنسی. از طرف دیگر کاربران شبکه های اجتماعی با باز نمودن یک صفحه فیسبوکی یا اینستاگرامی و یا با تشکیل گروه های اجتماعی با همدیگر در فضای مجازی رابطه جنسی دارند که اصطلاحاً به آن سکس گروهی مجازی گفته می شود.

این نوع رابطه، موضوع جدیدی است که افراد می توانند همدیگر را در فضای اینترنت ببینند و بدون تماس جسمانی، رابطه عاشقانه و جنسی را تجربه کنند. بی شک شکل گیری چنین شرایطی در شبکه های اجتماعی می تواند نقطه آغازی برای انقلاب دیگری در عرصه اخلاق جنسی باشد. بر اساس برخی پژوهشها، رابطه ی جنسی مجازی گروهی، می تواند به کابوسی تبدیل شود و فرد را وا دارد تا خانه و کاشانه خود را در جستجوی شخص دلخواهش رها کند. با وجود چنین شواهدی است که می توان شبکه های مجازی را عامل ترویج انحرافهای اخلاقی در جامعه، به ویژه برای نسل جوان دانست.

۸. زنا

آمیزش نامشروع جنسی زن و مرد را (زنا) گویند.^{۴۴} که در شرع مقدس اسلام نهی شده و از آن به عنوان کار بسیار زشت نام برده شده است.

عدم رعایت موازین شرع و عدم رعایت حریم بین زن و مرد ممکن است مقدمات این عمل را فراهم آورد و ارتکاب این عمل خود منشاء انحرافات دیگر خواهد شد.

^{۴۴} . زنا نزدیکی به زنی است که در عقد انسان نباشد و به شبهه نیز نباشد. تفسیر مجمع البیان. ترجمه ی سید ابراهیم باقری

خداوند متعال برای بر حذر داشتن از این گناه بزرگ می فرماید: «و لا تقربوا الزنی اِنَّه کان فاحشهً و ساءً سییلاً».^{۴۵} و برای اهمیت خطر آن از واژه ی (لا تقربوا) بهره می جوید، یعنی نه تنها مرتکب این عمل نشوید، بلکه خود را از محدوده ی آن دور نموده و بدان نزدیک نشوید. این هشدار بیان گر آن است که آلودگی به زنا مقدماتی دارد که انسان را به تدریج به آن نزدیک می کند که عبارتند از (چشم چرانی، بی حجابی، کتابهای بد آموز، فیلم های آلوده، نشریات فاسد کانون های فساد خلوت زن و مرد نامحرم با یکدیگر و ترک ازدواج، معاشرت با دوستان ناباب مشروبات الکلی و عدم رعایت موازین شرعی و اخلاقی در خانه و اجتماع و...).

در این آیه ی شریفه از زنا به عنوان (ساء سییلا)، بد راهی تعبیر آمده است، یعنی روش ناپسندی است که تمامی شئون جامعه را به فساد می کشاند و انسانیت را به تباهی می رساند. به همین دلیل تمامی اقوام و ملل در طول قرون متمادی این عمل را زشت و فاحشه شمردند و آن را موجب فساد نسب و قطع نسل و به وجود آمدن بیماری های مقاربتی دانسته اند. علاوه بر این، حیا و عفت زنان و غیرت مردان را بر باد داده و بنیان خانواده را متزلزل می سازد، مساله ای که هم اکنون به صراحت در جوامع غربی دیده می شود و نتیجه ی آن کم رنگ شدن تدریجی مودت و رحمت در بین خانواده ها و در حال از بین رفتن رابطه ی معنوی پدر و فرزند می باشد.^{۴۶} عمل زشت زنا آثار سوء دنیوی و آخروی در بر دارد که علی ابن ابیطالب علیه السلام از قول رسول خدا ص آنرا بیان می دارد:

«فی الزنا ستُّ خصالٌ ثلاثٌ فی الدنیا، ثلاثٌ فی الآخرة، فاما اللواتی فی الدنیا، فیذهبُ بنورِ الوجه: و یقطع رزقه، و یسرع الفناء. و اما اللواتی فی الآخرة، فغضبُ الربِّ، و سوءُ الحساب، و الدخولُ (الخلود) فی النار.»^{۴۷}

در زنا شش اثر بد وجود دارد، سه قسمت آن در دنیا و سه قسمت آن در آخرت است، اما آنهایی که در دنیا است، یکی این است که صفا و نورانیت {آبرو} را از انسان می گیرد و روزی را قطع

^{۴۵}. اسراء ۳۲ و نزدیک زنا نشوید که کار بسیار زشت و بد راهی است. ترجمه ناصر مکارم شیرازی.

^{۴۶}. محمد حسین طباطبایی، تفسیر المیزان ج ۱۳ ص ۹۰

^{۴۷}. حسن طبرسی تفسیر مجمع البیان ج ۳ ص ۴۱۳

می کند و به نابودی انسان ها سرعت می دهد. اما آن سه که در آخرت است، غضب پر وردگار، سختی حساب و داخل شدن (جاودانگی) در آتش جهنم است.

خداوند یکی از صفات عباد الرحمن را زنا نکردن بر شمرده^{۴۸} که نسبت به مرد و زن اطلاق دارد، اما در جای دیگر پیامبر ص به هنگام بیعت با زنان از آنان تعهد می گیرد که زنا نکنند و علت آن تاکید بیشتر بر عفت ورزی زنان در این زمینه می باشد، چرا که نسل پاک و فرزندان حلال زاده به وسیله ی ایشان حاصل می شود. و در مقابل پیمان جهاد از مردان، عفت ورزی از زنان را قرار داده است. علت این توصیه به زنان به خاطر حفظ جامعه از فساد و فحشا می باشد، چرا که با عفت زنان، جامعه مصون و محفوظ خواهد ماند. البته این امر بدون آموزش اخلاق اسلامی و برخورد صحیح مردان میسر نمی باشد، زیرا برخی رفتارهای مردان موجب آزار جنسی زنان میگردد.^{۴۹}

در مقابل زنانی که آزادانه به روابط نامشروع میپردازند و اقدام به خود فروشی و روسپیگری می نمایند، مقدمات فحشا را در جامعه مهیا نموده و خصوصا نسل جوان را در معرض خطر فحشا قرار می دهند و در نهایت با بدترین وضع در گوشه ای متروک و تنها جان می سپارند.

شبکه های اجتماعی، نقش بسیار موثری در تسهیل زنا دارد. ارتباط به سبب شبکه های اجتماعی تسهیل میابد و خیلی زود، افراد در دام خیانت می افتند. خیلی از افراد بخاطر عدم تامین از سوی همسر و عدم وقت کافی که همسرانشان برایشان می گذارند، در فضاهای مجازی و شبکه های اجتماعی حضور پیدا می کنند. این افراد مدعی هستند که در شبکه های اجتماعی از سوی جنس مخالف مورد تامین قرار می گیرند. دل بردنی ها با چت در شبکه های اجتماعی تسهیل می یابد و در فاصله کوتاه پس از مدتی این روابط مجازی به ملاقات حضوری و ارتباطات نامشروع و زنا می انجامد. در بسیاری از مواقع شبکه های اجتماعی ترویج کننده رابطه جنسی نامشروع و برقراری رابطه جنسی با محارم هستند، که این نوع اقدامات شبکه های اجتماعی به نوعی اعلام جنگ و شبیخون فرهنگی است. در شبکه های اجتماعی آنچنان روابط

^{۴۸}. فرقان آیه ی ۶۸.

^{۴۹}. ناصر مکارم شیرازی و همکاران تفسیر نمونه ج ۱۹ ص ۴۴.

نامشروع را قبح شکنی می نمایند که یک زن متاهل برای خود کسر شان می داند اگر درکنار همسر، یک مرد دیگری_ که غالباً جوانان انتخاب میشوند_، برای تمتعات جنسی اختیار نماید و جای بسی تاسف است که قبح عمل نامشروع زنا شکسته شده است و اینگونه رابطه هر اسمی نزد آنها دارد به غیر از زنا!

خداوند برای پرهیز این گناه بزرگ، زنا را پس از شرک و قتل نفس جزء بزرگترین گناهان برشمرده است. برای پرهیز از واقع شدن در زنا، باید از فحشای پنهانی و باطنی پرهیز نمود «و لا تقربوا الفواحشَ ما ظهر منها و ما بطن»^{۵۰} که می توان فحشای باطنی را در این زمینه، از طریق فکر و خیال و چشم چرانی و صحبت، بیان نمود.

حضرت عیسی علیه السلام در تکمیل تورات فرمود: «در تورات موسی علیه السلام نوشته شده است: زنا مکن، ولی من می گویم، اگر حتی با نگاه شهوت آلود به زنی نگاه کنی، همان وقت درون دلت با او زنا کرده ای.»^{۵۱}

۹. لواط

ترویج لواط و قبح شکنی از این گناه کبیره، از جمله تهدیدات و آثار شبکه های اجتماعی است. انتشار فیلمها و تصاویر مربوط به این عمل شنیع در شبکه های اجتماعی، هم تبلیغ و قبح شکنی این گناه کبیره است و هم باعث تحریک جوانانی است که در این فضا، این عمل را مشاهده می نمایند. چه بسا دوستان صمیمی که پس از چند بار مشاهده تصاویر مربوط به این عمل حرمت رابطه دوستی را می شکنند و مرتکب این عمل حداقل در حد تفریح می شوند.

^{۵۰}. انعام، ۱۵۱.

^{۵۱}. تفسیر کاشف، سید محمد باقر حجتی و عبد الکریم بی آزار شیرازی. ج ۳ ص ۴۸۶.

فصل چهارم:

**نقش فرهنگ سازی باسواد رسانه ای و
کسب استقلال در محیط مجازی**

گفتار اول: ضرورت فرهنگ سازی

۱. بالا بردن سواد رسانه ای دینی و یا بصیرت رسانه ای در نخبگان، مسئولان

و خانواده ها

یکی از اصول بسیار مهم مربوط به رسانه در جامعه، آموزش و آگاه سازی است. آگاهی های لازم و ضروری والدین جهت مقابله با معضلات رسانه و خصوصا شبکه های اجتماعی، نیازمند کسب اطلاعات کافی در مورد کارکرد ها، آسیب ها، فرصت ها و تهدید های فضای مجازی است.

در مورد رسانه، والدین باید نسبت به موارد ذیل آگاهی های لازم را داشته باشند:

• چيستی و کارکرد رسانه های دیجیتال؛

• شناخت مالکان و گردانندگان رسانه های دیجیتال؛

• آگاهی نسبت به باید ها و نباید های رسانه های دیجیتال؛

نداشتن سواد رسانه ای، حضور افراد در فضای مجازی را با چالش هایی همراه می سازد و این امر به مانند نداشتن گواهینامه در یک محیط پر تردد و ترافیک است. رواج و گسترش بهره گیری از فضای مجازی آثار منفی خود را نیز دارد، از جمله تاثیرات آن بر فرهنگ و سبک زندگی و فضای ارتباطی حاکم بین خانوادهاست. با توجه به روند رو به رشد فضای مجازی پرداختن به سواد رسانه ای امری بدیهی و بی نیاز از بحث می باشد. و این امر مستلزم توجه مسئولین ذی ربط به روشهای آگاهی بخشی رسانه ای است، که بدون آن تمامی کاربران بی اطلاع، دچار چالش های جدی در خانواده و جامعه خواهند شد.

۲. جهت دهی مصرف

هدایت و جهت دهی به مصرف از ارکان مهم حل معضلات فضای مجازی است. موارد متعددی موجب شده است تا مصرف فضای مجازی در جانب سخت افزاری و نرم افزاری، متناسب با فرهنگ اسلامی ایرانی نباشد. شیوه مصرف سخت افزار و نرم افزار در حال حاضر،

مطابق اراده و میل طراحان شبکه های اجتماعی جهت دهی شده است. اینکه ملاحظه می شود پس از گذشت حدود ۲ سال از ورود تبلت، حتی کودکان خردسال نیز از آن بهره مندند و یا غالب محتوای منتشره در این فضا همخوانی چندانی با فرهنگ اسلامی - ایرانی ندارد، به علت عدم هدایت و جهت دهی به مصرف از جانب متولیان فرهنگی است. برای رفع این نقیصه، نیازمند انجام چند کار ویژه هستیم.

برخی از مهم ترین اموری که باید در این مسیر محقق شود عبارت اند از:

۱-۲. گام اول: رصد فرهنگی

یکی از نقاط ضعف دستگاه فرهنگی کشور، توجه نکردن به مقوله رصد فرهنگی است^۱. مدیریت فرهنگی تاکنون در اغلب موارد به دلیل دیر جنبیدن^۲ و عدم توجه به رصد فرهنگی، دچار انفعال شده و نتوانسته است برخورد حکمت آمیزی با پدیده های نوظهور فناوری داشته باشند.

به همین علت باید عده ای با رصد عالمانه و دقیق دنیای فرهنگ و تحولات فضای مجازی، جریان شناسی کرده و ضمن رؤیت جدیدترین محصولات فرهنگی و فن آوری اطلاعات و ارتباطات، شیوه برخورد با چنین پدیده ای را طراحی کنند. به دلیل نبود رصد فرهنگی از جانب متولیان، خود ایشان نیز به همان راهی می روند که کاربران رفته اند و آن راه نیز مسیر

^۱. من عرض می کنم ما در برخورد با مسائل تهاجمی، پدیده را در اول ورود، حتی قبل از ورود باید بشناسیم. فرض کنید یک چیزی، یک فکری، یک روشی در دنیا دارد رایج می شود؛ پیدا است که این اینجا خواهد آمد - خب دنیا دنیای ارتباطات است، دنیای اتصال و ارتباط است، نمی شود حصار کشید - قبل از آنکه بیاید، به فکر باشید که برخورد حکیمانه با این چیست. معنای این همیشه این نیست که ما آن را رد کنیم؛ نه، گاهی یک پدیده ای است که ما آن را میتوانیم قبول کنیم، گاهی پدیده‌های است که می توانیم اصلاح کنیم، گاهی پدیده ای است که می توانیم یک ذیلی برایش تعریف کنیم که آن ذیل، مشکل آن را برطرف کند. بیانات مقام معظم رهبری خلیفه در دیدار با اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۹۲/۹/۱۹.

^۲. دیر جنبیدن، دیر فهمیدن، دیر به فکر علاج افتادن، این اشکالات را دارد که بعد شما دچار مشکلاتی می شوید که نمی توانید با آنها مواجه بشوید. بیانات مقام معظم رهبری خلاقهی در دیدار با اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۹۲/۹/۱۹

طراحی شده مالکان رسانه است. چنین برخوردی، انفعال محض بوده که به تعبیر امام امت زشت ترین نوع برخورد بامقولات فرهنگی است.^۳

۲-۲. گام دوم: فرهنگسازی و آموزش عمومی

گام دوم در هدایت و جهت دهی به مصرف، آموزش عمومی و فرهنگسازی در بین عموم مردم ایران است. همان گونه که در سابق ذکر شد، پدیده‌ها را قبل از ورود آن به کشور باید شناخت و بر مبنای برخورد حکمت آمیز و متناسب با تصمیمات، اقدام به فرهنگ سازی کرد. در این صورت قبل از آنکه برنامه ریزان اتاق جنگ نرم دشمن، ابتکار عمل را در دست گیرند و کاربران را به سوی منویات خود هدایت کنند، با اقدامی پیشگیرانه، به سوی اهداف متعالی و رشد آور هدایت شده اند. برای دستیابی به هدف آگاهی بخشی و فرهنگ سازی می توان از ظرفیت هایی مانند حوزه های علمیه، مساجد سراسر کشور، هیئت های مذهبی، کانون های فرهنگی، بسیج، صداوسیما، آموزش و پرورش، بسترهای بومی فضای مجازی، روزنامه و مجلات و ... استفاده نمود. اهم موضوعاتی که باید در این حرکت روشنگرانه طرح شود عبارت است از آسیب ها، راهکارهای مقابله و فرصت های پیش رو. به گونه ای که مخاطبان آگاهانه دست به انتخاب زده و در فضای مجازی فعالیت کنند تا با کمترین آسیب ممکن مواجه شوند. همچنین می توان با تشویق مردم به تولید محتوا، ترویج و تبلیغ استفاده از سرویس های داخلی، بالا بردن قدرت تجزیه و تحلیل آنان _ به جای ارائه اطلاعات _ زمینه را برای مشارکت عمومی در فرهنگ سازی، فراهم کرد.

۲-۳. گام سوم: حاکم کردن روحیه جهادی در اقشار گوناگون در مواجهه با جنگ نرم

سومین گام برای جهت دادن به مصرف کاربران، حاکم کردن روحیه جهادی در آنان است. مانند دوران دفاع مقدسی که حاکم بودن روحیه جهادی، موجب مشارکت عمومی ملت در

^۳. در مقابل فرهنگ مهاجم، بدترین کار، انفعال است؛ زشت ترین کار، انفعال است؛ خسارت بارتترین کار، انفعال است. فرهنگ مهاجم نباید ما را منفعلی بکند؛ حداکثر این است که بگوییم خیلی خب، ما در مقابل این نمی توانیم یک حرکتی انجام بدهیم، اما منفعل هم نمی شویم؛ منفعل شدن و پذیرفتن تهاجم دشمن، خطایی است که بایستی از آن پرهیز کرد. بیانات مقام معظم رهبری خانقاه در دیدار با اعضای شورای عالی انقلاب ۹۲/۹/۱۹.

دفاع مقدسی شد و بینی دشمنان اسلام را به خاک مالید. امروز نیز، در جنگ نرم تمام عیار علیه این مرز و بوم، نیازمند حاکم شدن روحیه جهادی در اقشار گوناگون هستیم. در صورتی که مردم عرصه را عرصه ی جنگ ببینند و نقش دشمنان را در گرفتاری های روزمره خود از جمله افزایش طلاق، افزایش بی حجابی و بد حجابی، دور شدن والدین از فرزندان و بالعکس و ... که حاصل از فضای مجازی است درک کنند، به یقین در شیوه و زمان استفاده از فضای مجازی تجدید نظر خواهند کرد. در این صورت حس خوش بینی به مدیریت فعلی فضای مجازی نخواهند داشت. همچنین متولیان امر را به بهترین شکل ممکن در این مواجهه نابرابر یاری خواهند کرد.

۲-۴. گام چهارم: هدایت و جهت دهی به مصرف، ایجاد انگیزه برای تولید بهترین اثر و کارهای فاخر است.

یکی از وظایف سیاستگذاران فضای مجازی، جهت دهی کاربران به سوی تولید کارهای فاخر و قابل توجه است.

برای رسیدن به این هدف باید سه کار انجام شود:

- ایجاد انگیزه برای تولید آثار فاخر؛
- تعیین شاخصه های کارهای فاخر؛
- حمایت از کارهای فاخر؛

از این رو، متولیان امر باید با در نظر گرفتن مشوق های مطلوب و قابل توجه، برای تولیدات فاخر در فضای مجازی، انگیزه ای قوی را در کاربران بوجود آورند. همچنین به صورت کاملاً ملموس و مشخص، شاخصه های کارهای فاخر در این زمینه تعیین گردد تا کاربران، ملاک کارهای فاخر را بشناسند. بنابراین، لازم است شاخصه ها از طرق گوناگون، برای کاربران تبیین و شفاف شود تا بتوانند بر مبنای آن به تولید علم و ارتقای فرهنگ بپردازند. در نهایت با حمایت های مادی و معنوی، انگیزه مضاعفی در مالک کارهای فاخر و سایر کاربران برای ادامه کار و تولیدات دیگر به وجود آورند. به قطع و یقین اگر حمایت های مادی و معنوی گردانندگان صهیونیست فضای مجازی نبود، هیچ گاه فیسبوک و امثال آن به چنین جایگاهی

نمی‌رسیدند. در کشور ما، قبل از آنکه برنامه‌های پیام‌رسان وجود داشته باشند، نخبگان دانشگاهی سرویسی با عنوان سیم‌کارت مجازی طراحی کردند که تمامی امکانات برنامه‌های پیام‌رسان را یکجا داشت. اما به دلیل عدم حمایت و اکتفا به اعطای جایزه نخبه‌کشوری، راه به جایی نبرد و بعد از گذشت ۵ سال، در برابر پیام‌رسانهای صهیونیستی پر مشتری، منفعَل شده‌ایم.

۳. آینده پژوهی

یکی از مهم‌ترین راهبردهای حل معضلات فضای مجازی، آینده‌پژوهی در فضای مجازی است. بررسی روند حرکت ماشین فناوری، سیاستگذاری‌ها، برنامه‌ها، تولیدات و ... فضای مجازی، زمینه مناسبی را برای متفکرین و آینده‌پژوهان مهیا می‌کند تا با نگاهی جامع، دقیق و موشکافانه، حرکات دشمن در چند سال آینده را نیز، پیش‌بینی نمایند. آینده‌پژوهی به اندیشمندان و متولیان امر کمک می‌کند تا با تصور اوضاع آینده و اهداف متولیان و طراحان آن، تصمیم‌های دقیق‌تری برای مواجهه مبتکرانه اتخاذ نمایند. شورای عالی فضای مجازی می‌تواند برای پژوهشگاه‌های دانش‌بنیان، زمینه مناسبی را فراهم آورد تا با مطالعه روند حاضر فضای واقعی و مجازی، برنامه‌ها و وضعیت آینده هر دو فضای را از جهات گوناگون، مورد بررسی قرار دهند تا بتوانند افق آینده را روشن کرده، دست برنامه‌ریزان را برای برنامه‌ریزی متقن، بازتر بگذارند. بررسی دنیای بازی، موسیقی، اینترنت، ماهواره و ... به همراه واقعیت افزوده و مجازی، دستیارهای صوتی سیستم عامل‌ها مانند «سیری^۴»، «گوگل نو^۵»، «گرتنا^۶»، سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای گوناگون، خبر از طراحی‌های بسیار جدی و خطرناک می‌دهند. یکی از دستاوردهای آینده‌پژوهی بیان می‌کند که در دنیای آینده، انسانها

^۴ دستیار صوتی تولید شرکت اپل که در لب‌تاپ، تلفن و تبلت‌های این شرکت مورد استفاده قرار می‌گیرد.

^۵ این برنامه در گوشیهای مبتنی بر سیستم عامل اندروید توسط شرکت گوگل طراحی شده است. البته شرکت سامسونگ نیز دستیار هوشمند انحصاری خود را با نام، اس‌ویس (VOICE S) بر روی گوشیهای خودش فعال می‌کند.

^۶ دستیار صوتی شرکت مایکروسافت کرتنا نام دارد. مایکروسافت برنامه‌های زیادی برای این دستیار صوتی در ویندوز ۱۰ در نظر گرفته است.

همانند ربات، تنها مجری اوامری هستند که مستقیم و غیرمستقیم به آن‌ها داده می‌شود. لازمه تبدیل انسان به ربات، موارد بسیار زیادی است. به عنوان مثال تغییر تغذیه، تغییر سبک زندگی به سوی تفرد، ترویج ارتباطات مجازی و تضعیف ارتباطات حقیقی، تقویت جامعه مجازی و از بین بردن جوامع حقیقی، جنگ، ترور و تحریم علیه مقابله‌گران، تعطیلی عقل و... از نمونه‌هایی است که موجب می‌شود انسانها در آینده، تنها مجری دستوراتی باشند که به آنها داده می‌شود و آنان فکر می‌کند در آزادی مطلق و با اراده و اختیار خودشان انتخاب می‌کنند. زندانی که برای بشریت آینده در نظر گرفته شده است، بسیار کوچک است ولی دیوارهای آن به گونه‌ای ساخته شده است که برای بیننده بی‌نهایت نمایی می‌کند! دیوار این زندان شیشه‌ای و نادیدنی است!

۶. فعالیت‌های خلاقانه

راهبرد حضور خلاقانه در فضای مجازی

رهاورد خلاقیت و ابتکار، داشتن دست برتر در فضای مجازی و در مواجهه با طراحان شبکه‌های اجتماعی است. آنچه در عملکرد متولیان فضای مجازی کشور و مسئولان مرتبط با آن مشاهده می‌شود، حرکت در مسیر طراحی‌های گذشته است. به عبارت دیگر ما در سالیان گذشته، در طراحی، تولید و حتی استفاده و شیوه استفاده از فناوری، ابتکار و خلاقیتی دیده نشده است و تمام ابتکار عمل در دست طراحان غربی است و هرروز با تولید فناوری‌های گوناگون، چشمان خیره‌مسئولان و کاربران را خیره‌تر می‌کند.^۷

عینک و عدسی هوشمند، چاپگر سه بعدی، واقعیت افزوده، واقعیت مجازی، پهباد توزیع اینترنت، نسل‌های گوناگون ارتباطات در وب (وب ۱، وب ۲ و...) و تلفن همراه، حافظه‌های ابری، تبلت و... همگی از ابتکارات گردانندگان فضای مجازی است. وقتی آنان با خلاقیت خود، ابتکار عمل را در دست گیرند، فرهنگ‌های معارض را به انفعال می‌کشانند و مانع از

^۷ «فخرج علی قومه فی زینته قال الذین یریدون الحیاه الدنیا یا لیت لنا مثل ما اوتی قارون انه لذ و حظ عظیم»: قارون غرق در زینتش به سوی قومش بیرون شد آن‌هایی که هدفشان زندگی دنیا بود گفتند ای کاش ما نیز می‌داشتیم مثل آنچه را که قارون دارد که او بهره عظیمی دارد «سوره مبارکه قصص، آیه ۷۹».

برخورد حکمت آمیز می شوند . باید دانست که در غرب، فناوری وحی نمی شود! قرار نیست که همیشه منتظر باشیم تا آنان چه چیز تولید می کنند و در مقابل ما چه کاری انجام بدهیم! بلکه باید سعی در گرفتن ابتکار عمل از دشمنان کرده و در مسیر خلاقیت و نوآوری در فضای مجازی گام برداریم.

برخی از مهم ترین مواردی که زمینه ابتکار و خلاقیت را در فضای مجازی به وجود می‌آورد عبارت است از:

نیازسنجی و تعیین اولویت های علمی و فناوری فضای مجازی

شناسایی خالهای تخصصی کشور در موضوع فضای مجازی

تاسیس دانشگاه های مادر و پژوهشکده های متنوع جهت تربیت نیروی علمی مورد نیاز کشور در موضوعات بازی، پویانمایی، سختافزار، برنامه نویسی، شناسایی و حمایت هدفمند از نخبگان و شرکت های دانش بنیان در جهت انجام پروژه های بزرگ پژوهشی دارای اولویت، تأسیس کتابخانه غنی در موضوعات مرتبط با فضای مجازی، راه اندازی بانک اطلاعات غنی و در دسترس پژوهشگران ، راه اندازی آزمایشگاه های مجهز در موضوعات گوناگون.

گفتار دوم: ضرورت کسب استقلال فضای مجازی

انقلاب اسلامی در تاریخ ۲۲ بهمن ۵۷، توانست با کنار زدن استعمار آمریکایی، استقلال سیاسی، اقتصادی و ... را برای ایران به ارمغان آورد. آنان با راه اندازی جنگی ۸ ساله علیه انقلاب اسلامی، سعی در خاموش کردن مشعل هدایت بشریت داشتند، اما مردم ایران هزینه استقلال کشور را با اهدای خون پاک شهدا، تحمل تحریم و فشارهای اقتصادی، سیاسی و ... پرداختند . استقلال در فضای حقیقی ارزشمند بود و آسان نیز به دست نیامده بود . اما برای ایرانیان هیچ گاه در فضای مجازی استقلال وجود نداشت و در این مدت برنامه ریزی ها به گونه ای بوده است که حتی گفتمان صریح و روشنی برای کسب استقلال در این فضا در کشور وجود نداشته است . مهم ترین راهبرد مقابله با هجمه دشمنان در فضای مجازی، استقلال در فضای مجازی است. بر اساس قواعد مسلم و خدشه ناپذیر اسلامی مانند قاعده نفی سبیل که بر

اساس آیه شریفه «و لن یجعلَ اللهُ للکافرینَ علی المؤمنین سبیلاً» و خدا تا ابد اجازه نداده که کافران کمترین تسلطی بر مؤمنان داشته باشند. ثابت می شود، هرچه سریعتر باید استقلال در فضای مجازی را به دست آورد. گردانندگان فضای مجازی بیم آن دارند که کشورها در فضای مجازی استقلال داشته باشند. از این رو و به واسطه برخی عناصر نفوذی خود به گونه ای امر را بر مردم و مسئولان مشتبه کرده اند که جمع کثیری گمان می کنند استقلال در فضای مجازی به معنای انحصار اطلاعات و دیوار کشیدن بین خود و دیگر کشورهاست^۱. همان طور که در فضای حقیقی، استقلال به معنی قطع رابطه با دیگر کشورها نبود، استقلال در فضای مجازی نیز به معنای بریدن از دیگران نیست. بلکه به این معناست که همانند فضای حقیقی، تبادل اطلاعات و برقراری ارتباطات مشخص شود و اجازه ندهیم هر چیزی به کشور وارد و یا از آن خارج شود. در عین حال از داده های مفید جهانی مانند داده های علمی استفاده و دسترسی به آن آسان شود.

برای داشتن استقلال در فضای مجازی رعایت موارد ذیل ضروری است:

۱. استقلال سخت افزاری

اولین قدم برای استقلال در فضای مجازی، راه اندازی شبکه ملی اطلاعات و پروژه های اقماری آن است. این امر یکی از مهمترین مطالبات مقام معظم رهبری بوده و طرحی است که خار چشم دشمنان محسوب می شود و راه اندازی آن، تبدیل به کابوسی برای حاکمان فضای مجازی و شبکه های اجتماعی گشته است.

در شبکه ملی اطلاعات به نظر می رسد موارد ذیل ضرورتاً باید بومی شود.

• بومی سازی زیرساخت ها و شبکه های ارتباطی که شامل: سخت افزارها و نرم افزارهای ارسال و دریافت اطلاعات (فرستنده و گیرنده های رادیویی، مخابراتی، کابل فیبر نوری و...) ذخیره سازی اطلاعات (حافظه های ابری، سرور، دیتا سنتر و...)، شبکه سازی اطلاعات

^۱. گوگل هشدار داد، فعالیت های جاسوسی دولت آمریکا، آینده اینترنت را به طور جدی در معرض خطر قرار داده و ممکن است به فروپاشی آن بینجامد. گوگل تاکید کرد، جاسوسی های نهادهای آمریکایی، کشورها را به راه اندازی اینترنت ملی

(سخت افزارهای ایجاد شبکه ارتباطی مانند سوئیچهای تلفن همراه، تلفن خانگی و اینترنت) است؛

• بومی سازی خدمات و قالب ارائه خدمات مانند: موتور جستجوی قدرتمند ملی، سیستم عامل ملی، مرورگر ملی، رایانامه ملی، شبکه های اجتماعی، تارنماهای متنوع و تخصصی و عمومی؛

• بومی سازی سخت افزارهای کاربردی ارتباطی از قبیل: رایانه، تبلت، تلفن همراه، ابزارهای پوشیدنی، کنسولهای بازی، رادیو و تلویزیون، گیرنده دیجیتال و...؛

۲. حفظ استقلال محتوا

دومین مصداقی استقلال در فضای مجازی، استقلال در محتوا است. تولید محتوا به عنوان یکی از نیازمندیهای اصلی فضای مجازی برای گروه های و سلايق گوناگون مطابق با فرهنگ اسلامی-ایرانی به شمار می رود. محتواهای موجود در فضای مجازی به قطع و یقین شامل مصادیق مناسب و کاربردی و مفید و هم نامناسب، غیر مفید و مضر است. آنچه در فضای مجازی با آن مواجه هستیم، غلبه محتواهای غیر مفید بر محتواهای کاربردی و مورد نیاز است. از این رو باید از جهت محتوایی، آنچه را که مضر و نامناسب است از باقی محتواها جدا کرده و دسترسی به محتواهای مطلوب را برای کاربران تسهیل نمود. طراحی، ساماندهی و نظام مندسازی پالایش محتوای فضای مجازی راهکاری برای پاسخگویی به این نیاز است. پالایه (فیلتر) از مرسوم ترین روش های حفظ استقلال در محتوا محسوب می شود. هر کشوری بر مقتضیات و نیازمندی های خود، اقدام به پالایه محتوای اینترنت می کند. در دنیا کشوری وجود ندارد که محتوای رسانه ها را پالایه نکند. در بازی های رایانه ای^۹، برنامه های ماهواره

^۹ به عنوان مثال کنسول بازی «پلی استیشن»، در سه نسخه Teg مخصوصی کشور ژاپن، Teg ۲ سفارش اتحادیه اروپا و Teg ۱ برای آمریکا و سایر کشورهای جهان عرضه شده است. تفاوت عمده این سه نسخه در فیلتر محتوای بازی ها، خصوصاً در بخش بازی آنلاین است. محتواها بر اساس خشونت، مسائل جنسی و... پالایه می شوند.

ای^{۱۰}، تلویزیونی و رادیویی^{۱۱}، اینترنت^{۱۲} و ... پالایه انجام می‌پذیرد که از دو حال خارج نیست؛ یا پالایه به طور کامل انجام می‌شود. مثلاً تعطیل شدن شبکه‌های (پرس تی وی (سحر) و (العالم) در کشورهای غربی، بسته شدن صفحات حزب الله لبنان، جنبش حماسی، انقلابیون بحرین، مقاومتین سوری و ... و یا پالایه به صورت بخشی انجام می‌شود. مانند بسته شدن برخی صفحات شبکه اجتماعی اینستاگرام توسط مدیران آن و ...^{۱۳}

۳. مطالبه سازی برای تسریع در روند استقلال در فضای مجازی

آخرین نکته مهم در راهبرد استقلال، مطالبه سازی در مردم برای تسریع در روند استقلال در فضای مجازی است. به طور کلی نخبگان جامعه بخصوص طلاب و فضلاء حوزه‌های علمیه، اساتید و دانشجویان دانشگاه، معلمان، مؤسسات فرهنگی و کلیه کسانی که در عرصه فرهنگ مسئولیتی به عهده دارند، پس از فهم اهمیت راه اندازی شبکه ملی اطلاعات و راهکارهای اجرایی آن، باید نسبت به ایجاد مطالبه در عموم مردم جهت راه اندازی هرچه سریع تر شبکه ملی اطلاعات اقدام کنند.

^{۱۰} مسدودسازی شبکه‌های «پرستی وی» (العالم) «سحر» و ... در غرب

^{۱۱} پالایه کامل اخبار مربوط به جنایت‌های رژیم اشغالگر قدس در فلسطین اشغالی، قتل زنان و کودکان در حملات آل سعود به یمن، جعلی بودن هولوکاست و ... در رسانه‌های غرب.

^{۱۲} برنامه «اینترنت ایمن تر» از سوی هیئت وزرای اتحادیه اروپا تأیید شده که بر اساس آن افراد زیر سن قانونی از محتویات غیرقانونی مضر آنلاین حمایت می‌شوند که مهم ترین آن کودک آزاری و باجگیری سایبری است. محتویات غیرقانونی وب سایت در کشورها موارد متفاوتی را شامل می‌شود؛ به عنوان مثال تبلیغات نازیسم در فرانسه و آلمان غیرقانونی است، اما در انگلیس این طور نیست. با تمام این احوال در اروپا نظارت بر اینترنت بسیار زیاد است. بسیاری از شرکتهای بزرگ مالی و فناوری ایمیل‌های کارمندان خود را کنترل می‌کنند زیرا بیم آن را دارند که برخی کارکنانشان اطلاعات را به شرکت‌های دیگر انتقال دهند یا در فرآیندهای خرابکاری از آن استفاده کنند. این نوع فرآیند انتقال غیرقانونی اطلاعات در بحران مالی ۲۰۰۸ مشاهده شد. در آن زمان کارمندان ارشد موسسه رتبه بندی «استاندارد اند پور» با ارسال اطلاعات داخلی به شرکت‌های مشتری و حساب سازی به ایجاد بحران دامن زدند. تارنمای سایبربان نیوز، ۱۳۹۴/۰۲/۶ شناسه خبر ۵۲۴۴

^{۱۳} مانند برخورد حذفی با جنبش (ما عاشق مبارزه با صهیونیست‌ها هستیم)، توسط مدیران اینستاگرام.

خاتمه:

جمع بندی نتایج و ارائه ی پیشنهادات

نتیجه گیری

چنان که گذشت، شبکه های اجتماعی مجازی، اجتماعات مجازی موجود در فضای سایبر هستند. شکل گیری این شبکه ها از طریق پایگاه های خبری، وبلاگ های خبری و تحلیلی، گروه های اینترنتی، فضاهای گفتگوی مجازی و حلقه های آشنایان همچون اورکات و یاهو ۳۶۰ درجه و... هر یک فضایی مجازی را ایجاد می کنند که در آن تبادل اخبار و اطلاعات صورت می گیرد. وبلاگ، فیس بوک، توئیتر، فرند فیدز، از جمله پایگاه هایی هستند که قابلیت شبکه سازی وسیعی در اینترنت ایجاد کرده اند. این شبکه ها به عنوان سربازان جنگ نرم علیه کشورهای اسلامی و به طور خاص علیه ایران اسلامی فعالیت دارند.

در میان همه تهدیدات و خطرات این شبکه ها، خطر انحرافات جنسی جدی بوده و هست. باید واقعاً به وجود بحران های جنسی اعتقاد داشته باشیم. بی تردید در جامعه کنونی با معضل اخلاقی به نام بحران جنسی مواجه هستیم که عامل موثر آنها در عصر تکنولوژی شبکه های اجتماعی هستند. آری، آنچه حاصل نتیجه این تحقیق است، باور این واقعیت که شبکه های اجتماعی باعث ایجاد بحران جنسی فردی، خانوادگی و اجتماعی هستند. غرب میخواهد مرد و زن مسلمان شهوت پرست تربیت شود. شبکه های اجتماعی ابزاری در خدمت غرب برای شهوت پرست نمودن مرد و زن مسلمان است. بحران های جنسی ریشه در شهوت پرستی دارد. از امامان معصوم علیهم السلام احادیث تکان دهنده ای در رابطه با خطر ابتلاء به شهوت جنسی به ماریسیده است که هرخواننده ای را تحت تاثیر عمیق قرار داده و روشن می سازد که آلودگی به «شهوت جنسی» از موانع اصلی سعادت و کمال انسان ها و از اسباب مهم گسترش گناه و جنایت در جامعه بشری است.

آری خطر را جدی بگیریم و جلوی ضرر را هروقت بگیریم نفع است.

لذا پیشنهاد می شود:

- حاکمیت و دولت واقع نگر باشند؛ تسلیم ابزار و تکنولوژی غرب نشوند و بجای استفاده از تکنولوژی دیگران به بومی سازی متناسب با مقتضیات فرهنگ اسلامی - ایرانی توجه شود.
- نهادهای مربوطه، از مسدودسازی تولیدات نامناسب و اهمه نداشته باشند.
- نهادهای مربوطه، نسبت به پیوست فرهنگی بی تفاوت نباشند.
- تولید محتوا به عنوان یکی از نیازمندی های اصلی فضای مجازی برای گروه های و سلائیق گوناگون مطابق با فرهنگ اسلامی - ایرانی مورد توجه فرهنگ سازان باشد.
- نهادهای مرتبط، سامانه ای را طراحی و راه اندازی نمایند تا از استقلال سخت افزاری و محتوا محافظت نماید؛
- فرهنگ سازان (حوزه علمیه، صدا و سیما و...)، آموزش عمومی و فرهنگسازی در بین عموم مردم ایران را مورد توجه و عمل قرار دهند.

و در پایان به پدران و مادران توصیه می شود خطر بحران اخلاق جنسی توسط شبکه های اجتماعی را جدی بگیرند و در این زمینه آنچه را در این رساله به عنوان راهکار برای خانواده ها بیان شد، مورد توجه قرار داده و با عمل به برنامه ها و راهکارهای ارائه داده شده، نهاد خانواده ایرانی_ اسلامی را صیانت نمایند.

الحمد لله رب العالمین

منابع

قرآن کریم

۱. تکنوپولی، نیل پست من، سید صادق طباطبایی، چاپ هشتم ۱۳۹۳ش
۲. زندگی در عیش مردن در خوشی، نیل پست من، سید صادق طباطبایی، چاپ هفتم ۱۳۹۲ش
۳. سواد رسانه ای، اینترنت، اسماعیل رضانی، موسسه فرهنگ و هنر هدایت، میزان، چاپ اول ۱۳۹۴ش
۴. اربابان جدید جهان، جان پیلگر، مهرناز و خلیل شهابی، اختران، چاپ اول ۱۳۸۸ش
۵. اینترنت، لورنزو کانتونی، استفانو تاردینی، گروه مترجمان، انتشارات امیر کبیر ۱۳۹۱ش.
۶. امپراتوری رسانه ای رابرت مورداک، ویلیام شاوکراس، امیر حسن بابالار، نشر ساقی چاپ دوم ۱۳۹۰ش
۷. اینترنت و روابط خانواده، عزیز الله آقابابایی، اندیشه ش ۱۳۹۱
۸. بررسی شبکه های اجتماعی و تاثیر آن بر ابعاد مختلف زندگی، مروارید اسلامی، ۱۳۹۱ش
۹. اینترنت و آسیب های اجتماعی، رقیه طاهری، نسیم ۱۳۹۱ش
۱۰. انحراف جنسی، امیر شریفی خضارتی، اندیشه عصر ۱۳۸۸ش
۱۱. شبکه عنکبوتی، محمد کهوند، ذکری ۱۳۹۵ش
۱۲. وسائل الشیعه شیخ حر عاملی موسسه آل البيت عليهم السلام ۱۳۴۸ش
۱۳. الکافی محمد بن یعقوب کلینی دار الکتب الاسلامیه ۱۴۰۷ق
۱۴. مبانی ارتباطات جمعی، سید محمد دادگران، چاپ هفدهم ۱۳۹۰ش.
۱۵. دست های نامرئی، واکاوی راهبردها و راهبران بر اندازی نرم در ایران محمد عبداللهی ساحل اندیشه چاپ چهارم ۱۳۹۰
۱۶. رسانه ها و مدرنیته، جان ب. تامسون، مسعود اوحدی، سروش، چاپ دوم، ۱۳۸۹

۱۷. چگونه مراقب فرزندانمان در اینترنت باشیم، محمد رضا نصر الهی آستان قدس رضوی چاپ اول ۱۳۹۵ش
۱۸. انحرافات جنسی، رضا بازاریار منصور خانی، خاکیان چاپ اول ۱۳۹۶ش
۱۹. اجتماع مجازی و ناسازگاری هویتی، حسین احمدی، کنگره فضای مجازی ۱۳۹۱ش
۲۰. فضای مجازی دام ها و دانه ها، محمد کهوند و مهدی سلیمانی آشتیانی، ذکری، چاپ اول ۱۳۹۸ش
۲۱. خانواده‌ها بدانند، محمد مهدی فجری، مهر امیرالمومنین ع، چاپ چهارم ۱۳۹۷ش
۲۲. پرتگاههای حقیقی در فضای مجازی، محمد مهدی فجری و محمد کهوند، مهر امیر المومنین ع، چاپ اول ۱۳۹۹ ش
۲۳. شیوه های کنترل غریزه ی جنسی از نظر اسلام، ریحانه هاشمی و سید محمد حسن هاشمی زاده، بوستان کتاب، چاپ دوم ۱۳۹۳ش.
۲۴. مجموعه آثار شهید مطهری، صدر، ج ۱۹، چاپ ۱۳۹۵ش.
۲۵. تارنمای الکسا، www.alexacom.com
۲۶. روند نگاری گوگل www.google.com/trends
۲۷. جامعه ی اینترنت www.internetsociety.org
۲۸. دنیای تکنولوژی www.techworld.com
۲۹. یهود پرس www.jewishpress.com
۳۰. بحران تکنولوژی (آخرین اخبار فناوری) www.techcrunch.com