



وضعیت کرونایه و نقش خانواده
در مدیریت فضای مجازی

فروردین ۱۳۹۹

شماره اثر: ۹۹/۰۰۹

وضعیت کرونایی و نقش خانواده در مدیریت فضای مجازی

تهیه شده در: دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی
پژوهشگاه فضای مجازی

تهیه کننده

حجت الاسلام حجت الله بیات (عضو هیأت علمی و معاون گروه
روانشناسی و ارتباطات دانشگاه قرآن و حدیث)

تهران، میدان آرژانتین، خیابان بیهقی، نبش خیابان ۱۶ غربی،
پلاک ۲۰، کدپستی ۱۵۱۵۶۷۴۳۱۱ شماره تماس: ۸۶۱۲۱۰۶۱

حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مرکز ملی فضای مجازی است و
استفاده از مطالب آن صرفاً با ذکر مأخذ بلا مانع است.

محتوای انتشار یافته در این اثر، الزاماً بیانگر دیدگاه مرکز ملی فضای مجازی نمی باشد.

فهرست

۱۰.....	الف) خانواده؛ وضعیت کرونایی و فضای مجازی
۱۵.....	ب) خانواده و لزوم فراگیری سواد رسانه‌ای
۱۹.....	تهدیدات فضای مجازی
۱۹.....	تمایز دنیای واقعی و مجازی
۲۱.....	غرقگی در گرداب اطلاعات
۲۲.....	چالش‌های محتوایی فناوری ارتباطات
۲۲.....	تعارض در سطح باورها
۲۳.....	تعارض در سطح ارزش‌ها
۲۵.....	تعارض در سطح هنجارها
۲۶.....	تعارض در سطح محصولات
۲۷.....	تعارض در سطح نمادها
۲۸.....	ج) خانواده و لزوم سلامت ارتباطی
۲۹.....	تعریف سلامت ارتباطی
۳۰.....	ضرورت حفظ سلامت ارتباطی
۳۳.....	تقویت باورها
۳۳.....	تقویت ارزش‌ها
۳۴.....	تقویت هنجارها
۳۴.....	تقویت محصولات
۳۵.....	تقویت نمادها
۳۶.....	نقش نهادهای اجتماعی
۳۶.....	نقش نهاد حکومت
۳۷.....	نقش نهاد خانواده
۴۰.....	د) خانواده و مدیریت فضای مجازی
۴۲.....	برنامه‌ریزی
۴۴.....	هدف‌گذاری
۴۵.....	تصمیم‌گیری
۴۸.....	کنترل و نظارت
۵۰.....	نتیجه‌گیری
۵۲.....	فهرست منابع

سخن نخست

فضای مجازی زیست بومی است که همزمان با توسعه فزاینده خود، اندیشه حاکم و فرهنگ ممزوج با آن را نیز منتشر می‌کند. جریان تولید اندیشه و پویایی‌های تمدنی حاصل از فضای مجازی، بر کاربرد غلبه پیدا می‌کند و می‌تواند هویت او را متحول، متکامل یا متزلزل کند.

لکن از منظری دیگر، فضای مجازی موانع فضای واقعی را در ابلاغ جهانی پیام وحی کاهش داده و بدلیل تنوع نمادهای آن، در اشکال مختلف تصویری، پویانمایی، آواتارها و موارد مشابه از قاصریت بیان کلامی و نوشتاری کاسته و فرصت کم نظیری در تبلیغ دین و پردازش کلام وحی در تکامل ادراکی انسان‌ها فراهم کرده است.

بدیهی است در مواجهه فعالانه و فرصت محور با چنین پدیده‌ای، آنچه که اولویت پیدا می‌کند، اندیشه حاکم بر آن است. اندیشه‌ای که علاوه بر روحیانی بودن، سعادت دنیا و آخرت انسان را مد نظر داشته و جزء جزء حرکت انسان را در راستای غایتی بزرگ و روحانی برنامه‌ریزی نماید. اندیشه‌ای که به فضای مجازی تعالی بخشیده و ایده‌های ناب برای تولید فضای مجازی پیشرفته، سالم و مفید داشته باشد. این اندیشه که جز در اسلام و آموزه‌های اهل بیت علیهم‌السلام قابل جستجو نیست، دقیقاً نقطه قوت و دست برتر حکومت اسلامی در ارائه فضای مجازی مطلوب به مسلمانان و مستضعفان جهان است.

مرکز ملی فضای مجازی با عنایت به اهمیت این مسئله، «دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی» را که وابسته به پژوهشگاه فضای مجازی می‌باشد، در شهر مقدس قم راه‌اندازی کرده و در تلاش است تا از این طریق بتواند اندیشمندان و عالمان دینی را در فرآیند تصمیم‌گیری‌های کلان در حوزه فضای مجازی دخالت داده و زمینه را برای ورود نظامند حوزه به عرصه‌های سیاستگذاری نظام فراهم آورد.

یکی از اقدامات دفتر مطالعات اسلامی از بدو شکل‌گیری تاکنون، تدوین گزارش‌های علمی در زمینه مطالعات اسلامی فضای مجازی است. این گزارش‌ها تلاش می‌کنند تا از یکسو، بستری برای آشنایی هرچه بیشتر فضلاء و اندیشمندان حوزوی با پدیده‌ها و اقتضائات عصر فضای مجازی و تأثیرات آن بر ساحت‌های مختلف حیات انسانی فراهم نموده و از سوی دیگر مسئولین و سیاستگذاران فضای مجازی کشور را با ابعاد دینی پدیده‌های دنیای مجازی آشنا ساخته و آن‌ها را در مسیر سیاستگذاری مبتنی بر فقه و شریعت یاری رساند.

سید ابوالحسن فیروزآبادی

دبیر شورای عالی و رئیس مرکز ملی فضای مجازی

چکیده

مدیریت فضای مجازی همواره یکی از دغدغه‌های مسئولان و خانواده‌ها بوده است؛ چرا که اگر فن‌آوری‌های ارتباطاتی به درستی شناخته و مدیریت نشوند پیامدهای منفی بسیاری برای همگان خواهند داشت. هرچند مدیریت این فضا در همه زمان‌ها ضروری بوده و هست اما به نظر می‌رسد در حال حاضر که جهان درگیر بحران ویروس کرونا است ضرورت آن صدچندان شده است.

این مقاله با توجه به روی‌آوری بی‌سابقه خانواده‌ها به فضای مجازی - به دلیل الزامات و نیازهای پیش‌آمده در وضعیت کرونایی از قبیل: تحصیل، دید و بازدید، خرید و فروش، نیایش و عبادات مجازی و غیره - ابتدا از ضرورت افزایش سواد رسانه‌ای مسئولان و خانواده‌ها سخن گفته و در ادامه به ویژگی‌هایی از ابعاد رسانه‌ها همچون تغییر اساسی در نظام ارتباطات اجتماعی، ویژگی‌های منحصر به فرد فن‌آوری ارتباطات، خطرات اعتیاد رسانه‌ای و ملاک‌های توسعه، تهدیدها و چالش‌های فضای مجازی پرداخته است. همچنین به ضرورت سلامت ارتباطی و نقش دین، خانواده و نهادهای حکومتی در حفظ و تداوم آن اشاره کرده است. در پایان هم با توجه به نقش و جایگاه خانواده‌ها در فرایند تولید، توزیع و مصرف رسانه‌ای به اصول مدیریت فضای مجازی یعنی «برنامه ریزی»، «هدف‌گذاری»، «تصمیم‌گیری»، «کنترل و نظارت» پرداخته و راه‌های پیشگیری و درمان پیامدهای منفی ناشی از آن‌ها را بررسی کرده است.

کلید واژه‌ها: وضعیت کرونایی، ویروس کرونا، خانواده، مدیریت، فضای مجازی.

مقدمه

ناباورانه و ویروس کرونا زمینه پیوند دو نهاد خانواده و فضای مجازی را بیش از هر زمان دیگر فراهم کرده است. این وضعیت به خوبی اهمیت نهاد خانواده به عنوان نهادی توانمند برای پیشگیری از شیوع این ویروس منحوس را بر همگان روشن ساخته است. اگرچه این پیوند می‌تواند مبارک و دارای مزایای نسبی باشد اما مسئولان و اعضا خانواده‌ها به ویژه والدین، نباید از این حقیقت غافل شوند که اگر فضای مجازی از طرف آنان به درستی مدیریت نشود مزیت‌های فن‌آوری ارتباطات در این موقعیت می‌تواند به تهدیدی جدی برای جامعه به ویژه نهاد خانواده تبدیل شود و علاوه بر آثار مخرب بالفعل آن، برای دوران پساکرونایی نیز مخاطرات بسیاری در پی داشته باشد.

بی‌تردید با قرنطینه خانگی و تدابیر مسئولان سرانجام ویروس کرونا مهار و نهایتاً ریشه‌کن خواهد شد؛ اما نباید فراموش کنیم که آنچه باقی می‌ماند پیامدهای خطرناکی همچون رهاشدگی فضای مجازی در خانواده‌ها و اعتیاد به آن است. بنابراین لازم است همگان به ویژه نهاد خانواده مدیریت فضای مجازی را بیش از گذشته جدی بگیرند.

با توجه به وضعیت کرونایی و ضرورت توسعه فضای مجازی، نقش خانواده‌ها را در مدیریت فضای مجازی در چهار بخش زیر پی می‌گیریم:

الف) خانواده؛ وضعیت کرونایی و فضای مجازی؛

ب) خانواده و لزوم فراگیری سواد رسانه‌ای؛

ج) خانواده و لزوم سلامت ارتباطی؛

د) خانواده و مدیریت فضای مجازی.

الف) خانواده؛ وضعیت کرونایی و فضای مجازی

بی‌تردید کسی نمی‌توانست پیش‌بینی کند زمانی فرا برسد که همگان چنین نقش اساسی و مهمی برای خانواده قائل شوند و آن را مهم‌ترین سنگ‌برای پیشگیری و مهار ویروس کرونا به حساب آورند و این مقدار بر ماندن در خانه تأکید کنند. این بازگشت به خانه و خانواده‌گرایی اگرچه یکی از آثار مثبت و فرصت‌هایی است که ویروس کرونا برای ما به ارمغان آورده اما طولانی شدن این وضعیت تا حدود زیادی همه ما را غافلگیر کرده است؛ چرا که اعضا خانواده به ویژه والدین برای تدبیر منزل در این وضعیت چندان آمادگی نداشته‌اند.

خانواده پیکره‌های است که اگر اعضا آن به ویژه والدین به خوبی عمل کنند می‌تواند در مقابل هر مشکل و محدودیتی تاب‌آوری کند و نقش اساسی خود را به عنوان نهاد کوچک اجتماعی ایفا نماید. اگر خانواده با هدف مشترک و تعاملات صحیح با اعضا و امکانات پیرامون خود ارتباط صحیح داشته باشد قطعاً کارآمدتر خواهد بود. اما حقیقت آن است که خانواده‌ها در وضعیت کرونایی با محدودیت‌های مختلفی مواجه شده‌اند که ضرورتاً باید نیازهای خود را در این وضعیت به مدد فن‌آوری ارتباطات برطرف کنند.

به عبارت دیگر شاید در وضعیت کرونایی هیچ بخشی از تکنولوژی نمی‌تواند به اندازه فن‌آوری ارتباطات و فضای مجازی محدودیت‌ها و خلاءهای پیش آمده در نظام ارتباطات اجتماعی را پر کند. این نیازها که در وضعیت کرونایی کاملاً

متفاوت شده و افزایش یافته، سبب شده است خانواده‌ها از لحاظ کمی و کیفی ارتباط خود را با فضای مجازی ارتقاء دهند. نیازهای افزایش یافته خانواده‌ها در وضعیت کرونایی عبارت‌اند از:

یک) ادامه تحصیل مجازی

مقارنت وضعیت کرونایی و ایام تحصیلی و نیاز به ادامه تحصیل سبب شده است همه دانش‌آموزان و دانشجویان به فضای مجازی و کلاس‌های برخط (آنلاین) روی آورده و برنامه‌های آموزشی خود را از طریق شبکه‌های اجتماعی و یا اینترنت دنبال کنند.

این حد از استقبال و وابستگی نشان دهنده آن است که نه تنها مسئولان و والدین با استفاده از اینترنت مخالف نیستند و حتی بر بهره‌برداری از فضای مجازی تأکید و اصرار دارند بلکه اساساً نمی‌توان کسی را نسبت به استفاده از اینترنت منع کرد.

محدودیت تحصیل حضوری از طرفی و رها شدگی فضای مجازی از طرف دیگر، این نگرانی را در پی دارد که همگان به ویژه جوانان و نوجوانان به هربهانه‌ای به فضای مجازی روی آورند و این نیاز مستمسکی برای توجیه وابستگی بیشتر خود به فضای مجازی شود. طبیعتاً منع کردن آنان نسبت به استفاده از فضای مجازی در این وضعیت کار پیچیده و دشواری است.

دو) دید و بازدید مجازی

بُعد دیگر نیازهای خانوادگی در شرایط کرونایی، دید و بازدیدها و مهمانی رفتن‌هاست. این خلاء ارتباطی نیز اشتیاق به فضای مجازی را صد چندان کرده است؛ زیرا ایجاد ارتباط با بستگان و دوستان یک نیاز طبیعی است و در این شرایط، فضای مجازی امکانات ارتباطات نوشتاری، شنیداری و دیداری مناسب و جذابی را فراهم کرده است.

برآوردن این نیاز از طریق فن آوری ارتباطات نیز نه تنها همچون گذشته جای اشکال ندارد که به نوعی مورد توقع و تأکید همگان است. این وضعیت نیز یکی از عوامل انگیزشی برای اشتیاق داشتن در بهره‌گیری از فضای مجازی است.

سه) خرید و فروش مجازی

بخش دیگری از نیازهای خانواده در وضعیت کرونایی، تهیه مواد خوراکی و سایر مایحتاج زندگی است. تأکید بر ماندن در خانه، طبیعتاً محدودیت رفت و آمدهای بیرون از منزل را در پی داشته است. از این رو برخی ترجیح می‌دهند خرید و فروش‌های خود را بیشتر از قبل از طریق فضای مجازی دنبال کنند. محدودیت در خرید و فروش حضوری به دلیل پیشگیری از شیوع ویروس کرونا نیز باعث شده است که بخشی از خانواده‌ها و فروشگاه‌ها به فضای مجازی بیشتر از هر زمان دیگری روی بیاورند.

چهار) اطلاعات و اخبار مجازی

حس کنجکاوی و نیاز طبیعی ما به اطلاعات و اخبار در محیط خانواده نیز یکی از نیازهای طبیعی است که در موقعیت کرونایی تشدید شده است. نگرانی از اوضاع عمومی ویروس کرونا و پیگیری اطلاعات و اخبار مربوط به حوادث و آمار مربوط به این ویروس نیز خانواده‌ها را بر آن داشته است که به فضای مجازی بیشتر از گذشته رو بیاورند.

راه اندازی رو به رشد کانال‌ها و گروه‌های مختلف با موضوع کرونا ویروس و یا مسائل پیرامونی آن در شبکه‌های اجتماعی نشان دهنده این واقعیت است که یک پویای ویژه برای تولید، توزیع و مصرف اطلاعات و اخبار ایجاد شده است.

پنج) نیایش‌ها و عبادات مجازی

نیاز انسان به پرستش و تأمین این نیاز با حضور در اماکن مقدس، مساجد و زیارتگاه‌ها برکسی پوشیده نیست. اما ویروس کرونا با همه کوچکی و نامرئی بودنش حتی تجمعات عبادی و مساجد و زیارتگاه‌ها را هم به تعطیلی کشانده است. از این رو بخشی از این نیازها ضرورتاً از طریق فضای مجازی تأمین می‌گردد. افزایش چشمگیری سابقه تولید، ارسال و دریافت پیام‌هایی که بتواند بخشی از نیاز خانواده‌ها را به عبادت و نیایش را تأمین کند گویای این حقیقت است.

شش) ادارات و مؤسسات مجازی

با تعطیل و یا نیمه تعطیل شدن ادارات و مراکز تولیدی و خدماتی در وضعیت کرونایی خانواده‌ها ناچارند امور اداری و کاری خود را از طریق فضای مجازی پیگیری کنند.

ویروس کرونا کاری کرده است که مهم‌ترین جلسات مربوط به مهم‌ترین دستگاه‌های دولتی نیز از طریق فضای مجازی و ویدئو کنفرانس برگزار شود. از این رو خدمات دولت الکترونیک و ضرورت توسعه کمی و کیفی آن در این وضعیت بیشتر به چشم می‌آید.

هفت) سرگرمی‌ها و تفریحات مجازی

یکی از ویژگی‌های وضعیت کرونایی، قرنطینه خانگی و حضور نداشتن در محیط‌های بازی و تفریحات به ویژه برای جوانان و نوجوانان است. این خلاء مهم باعث شده است بخشی از نیازهای روانی که در سایه تفریحات و سرگرمی‌های سالم برآورده می‌شد به ناچار از طریق فضای مجازی تأمین شود. پاسخگویی به این نیاز باعث شده است انبوهی از پیام‌های حاوی طنز و سرگرمی تولید، توزیع و دریافت شود و با جذابیتی که این نوع مطالب دارند اعضاء

خانواده برای تخلیه احساسات و هیجانات خود و حتی جدا شدن از فشار روانی حاصل از وضعیت کرونایی بخش زیادی از فرصت‌های خود را به این موضوعات اختصاص دهند.

هشت) مشوق‌های مجازی

نیازهای یاد شده از طرفی و مشوق‌های دیگر همچون تأکید بر بهره‌برداری حداکثری از فضای مجازی و ارائه اینترنت رایگان به خانواده‌ها و جوایزی که با شگردهای مختلف برای اینترنت رایگان داده می‌شود از سوی دیگر، عامل مهمی برای وابستگی هر چه بیشتر خانواده‌ها به فضای مجازی شده است. بخش دیگر مشوق‌ها تأکیدات مسئولان نسبت به بهره‌گیری از فضای مجازی به عنوان جایگزین کارهای حضوری است.

این نیازها، مشوق‌ها و رهاشدگی بی‌سابقه، وضعیتی را برای خانواده‌ها ایجاد کرده است که اگر معلومات و مهارت خود را برای بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و فرصت‌های فن‌آوری ارتباطات و پیشگیری از تهدیدات آن کسب نکنند بی‌تردید این وضعیت پیامدهای خطرناکی از قبیل: اعتیاد رسانه‌ای، سرگردانی، بحران هویت و تضعیف اخلاق فردی، خانوادگی و اجتماعی را در پی خواهد داشت.

تاکنون با بخشی از نیازها و عطش خانواده‌ها نسبت به بهره‌گیری از فضای مجازی آشنا شدیم. در ادامه به دو موضوع مهم برای توانمندسازی خانواده‌ها در مدیریت فضای مجازی در وضعیت کرونایی می‌پردازیم.

ب) خانواده و لزوم فراگیری سواد رسانه‌ای

موضوع سواد رسانه‌ای یکی از ضروریات زندگی در عصر ارتباطات است که باید متناسب با توسعه فن‌آوری ارتباطات و توسعه آن سواد رسانه‌ای نیز گسترش یابد. باید توجه داشت که توسعه فضای مجازی در این وضعیت فرایندی دارد که هر دو بخش سخت افزاری و نرم افزاری مربوط به فضای مجازی را شامل می‌شود؛ بنابراین وقتی از سواد رسانه‌ای سخن به میان می‌آید باید از لزوم آن برای دولتمردان و مسئولان غافل نشویم چرا که مدیریت تولید و توزیع بخش‌های زیرساختی و قسمت‌های عمده‌ای از مدیریت فضای مجازی به عهده حکومت است. پس افزون بر اینکه مسئولان خود باید مجهز به سواد رسانه‌ای باشند و به تناسب آن را ارتقاء دهند در توسعه سواد رسانه‌ای همگام با توسعه فن‌آوری ارتباطات در بین خانواده‌ها باید جدی باشند.

روشن است که با توجه به ضرورت توسعه فضای مجازی در وضعیت کرونایی باید دو نهاد حکومت و خانواده به کمک همدیگر در مدیریت و سلامت فضای مجازی هماهنگی و هم‌افزایی کامل داشته باشند و سواد رسانه‌ای و مهارت‌های اعضای خانواده به ویژه والدین را برای تدبیر هرچه بهتر در مقابل تهدیدات نهاد رسانه افزایش دهند.

برخی از نکاتی که نسبت به سواد رسانه‌ای در وضعیت کرونایی قابل توجه است عبارتند از:

□ تغییرات اساسی در نظام ارتباطات اجتماعی

در زمان گذشته و دوران ابزارهای ساده ارتباطی، انسان در سایه ارتباطات واقعی، اطلاعات خود را در مغز یا به سختی و کندی با کتابت ذخیره می‌کرد و عملیات تولید، ارسال و دریافت پیام را خود مستقیماً به عهده داشت، از این رو، می‌توانست اعضا و جوارح خود را به سرعت و سادگی مهار کند و بر آن‌ها نظارت داشته باشد. امروزه بشر با توسعه فناوری ارتباطات، این چهار عمل اصلی یعنی: تولید، توزیع، ارسال و دریافت پیام را به دست ابزارهای نوینی سپرده شده که اگرچه به تعبیر «مک لوهان» امتداد اعضا و حواس خود انسان است، ولی از اختیار وی خارج اند.

□ ویژگی منحصر به فرد فن‌آوری ارتباطات

فناوری ارتباطات، ابزارهایی انسان‌گونه‌اند که انسان در سایه توسعه فناوری، این چهار عمل اصلی حوزه ارتباطاتی خود را به آن‌ها سپرده است. استفاده از این فناوری به شیوه‌های متعدد با زندگی روزمره ما به ویژه در محیط خانواده عجین شده است و هر روز با سرعت بیشتری در زوایای زندگی ما توسعه می‌یابد.

اگرچه در عصر حاضر، وابستگی به این فناوری انسان‌گونه در ابعاد فردی و اجتماعی به شدت ادامه داشت، اما وضعیت کرونایی باعث شده است رغبت به فضای مجازی به صورت چشمگیری بیشتر شود. این روی‌آوری اگرچه از روی ناچاری و تا حدودی مقطعی است اما روشن است که اگر فضای مجازی به درستی و به موقع مدیریت نشود پیامدهای بسیار مخرب و جبران‌ناپذیری برای خانواده‌ها پس از اتمام جولان کرونا و ویروس خواهد داشت.

□ خانواده و خطرات اعتیاد رسانه‌ای

اعضاء خانواده‌ها در این وضعیت و ضرورت بهره‌گیری از فضای مجازی گویا با انسانی صنعتی، مأنوس و قرین شده‌اند؛ به راحتی با آن ارتباط برقرار می‌کنند، به قصه‌هایش گوش می‌دهند، از گفته‌هایش متأثر می‌شوند، درباره عملکردش قضاوت می‌کنند، آن را در بهترین نقطه منزل یا محل زندگی خود جای می‌دهند، به آن احترام می‌گذارند، بودن با آن را به هرکاری ترجیح می‌دهند و برخوردهایی از این دست که انسان فقط با بهترین و دلنشین‌ترین عزیزانش دارد.

مک لوهان زمینه‌های وابستگی و اعتیاد به رسانه‌ها را این گونه تحلیل می‌کند: انسان چون می‌خواهد به طور مدام از حضور خودش مطمئن باشد، عادت خاصی را پذیرا می‌شود. برای مثال، همیشه سعی می‌کند تا دستگاه‌های رادیو و تلویزیون در دسترس خود را روشن نگه دارد. این نیاز و گرایش، کاملاً مستقل و بدون توجه به محتوای برنامه‌ها و حتی زندگی حسی فرد عمل می‌کند. نتیجه آنکه می‌توان گفت فناوری، بخشی از بدن آدمی است.^۱

همین رسانه‌های جمعی هستند که قهرمانان فرهنگی می‌آفرینند و دیدگاه‌های مردم را درباره امور سیاسی و اجتماعی و حتی خود واقعیت شکل می‌دهند. در واقع همچنانکه مک لوهان گفته است: «رسانه‌ها به تدریج به رسالت بدل می‌شوند».^۲ البته باید توجه داشت که انسان در مقابل فن‌آوری ارتباطات کاملاً منفعل نیست. بشر در مسیر فن‌آوری ارتباطات در چند مقطع اساسی حضور دارد که اگر به صورت فعال این حضور را حفظ کند می‌تواند تکنولوژی رسانه را به نفع زندگی خود حفظ نماید. انسان در تولید، توسعه و بهره‌برداری از فن‌آوری ارتباطات و محصولات برآمده از آن نقش اساسی دارد.

۱. برای درک رسانه‌ها، ص ۸۰.

۲. نک: جوان مسلمان و دنیای متعدد، ص ۳۴۵.

«فراموش نکنیم که فناوری، مخلوق ماست و باید تحت کنترل و نظارت ما باقی بماند. همان‌گونه که در پرورش، هدایت و حفظ سلامت مغز خود می‌کوشیم و حیطة، جهت و محتوای خود را در دست داریم، همین‌گونه هم باید فناوری و رسانه‌های جمعی را در شکل و محتوا تحت نظر بگیریم».^۱

□ ملاک‌های توسعه فضای مجازی

نباید فراموش کرد که فناوری ارتباطات در کنار فرصت‌ها و مزایایی که برای زندگی سعادت‌مندانه انسان فراهم می‌کند، با ایجاد خلأهایی می‌تواند تهدیدی جدی برای حیات وی باشد. از این رو، اندیشمندان همواره نسبت به توسعه آن دغدغه‌هایی داشته و دارند. این نگرانی‌ها، از چالش‌هایی سرچشمه می‌گیرد که این فناوری در دو حوزه ساختاری و محتوایی برای خانواده‌ها ایجاد می‌کند.

بی‌تردید فن‌آوری ارتباطات نیز مانند سایر بخش‌های تکنولوژی، مزایا و معایب نسبی برای خانواده‌ها دارد. بنابراین هم مسئولان و هم خانواده‌ها در هر جایگاهی که قرار دارند باید در توسعه و بهره‌گیری از فناوری ارتباطات به ویژه در وضعیت کرونایی به ملاک‌های زیر بیشتر ملتزم باشند:

- سودمند بودن برای فرد و جامعه؛
- بیشتر بودن منافع توسعه آن از ضررهایش؛
- سازگاری با اصول اعتقادی و ارزش‌های دینی؛
- شناخت کافی از پیامدهای توسعه این فناوری؛
- کسب دانش مناسب برای بهره‌گیری درست از آن؛
- دوراندیشی و تدبیر برای پیشگیری از آسیب‌های احتمالی؛
- مدیریت جبران خلأهایی که در ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی پدید می‌آورد.

تهدیدات فضای مجازی

آنس با شیوه ارتباطات سنتی و پیامدهایی که رسانه‌های نوین به دنبال دارند، یکی از موانع برای توجه ویژه به این ابزارهای نوین ارتباطی و فضای مجازی است. «شاید چون هنوز عرف مردم با این وسایل نودعوت به خیر مأنوس نشده‌اند در پاسخ درنگ کنند و بگویند اجازه بدهید فکر کنیم، ولی این درنگ، ناشی از آشنایی تازه با این ابزارها و وسایل نودعوت است»^۱.

برخی از نگرانی‌های مربوط به توسعه فناوری ارتباطات، به حوزه عملیات و ساختار ذاتی آن‌ها و برخی به عملکرد خانواده‌ها مربوط می‌شود. برای شناخت بیشتر فضای مجازی توجه به موارد زیر ضروری است.

تمایز دنیای واقعی و مجازی

ارتباط در فضای واقعی با طبیعت انسان سنخیت دارد و مشکلی در نوع ادراک و روحیات انسان پدید نمی‌آورد. میزان و مقدار ادراک از عمق حقیقت، وابستگی عمیق و گسترده‌ای با ابزار بیانی و وسایل تبادلی فرهنگ دارد. فرهنگ‌های شفاهی، مکتوب، تصویری، توهمی و تخیلی، هر کدام ساختار و عمق ویژه‌ای از مفاهیم ارائه می‌کنند که مرتبه‌ای از محدودیت‌ها را با خود دارند و دامنه کاربرد و میزان آن‌ها را تعیین می‌کند. بی‌گمان فرهنگ شفاهی، فطری‌ترین و سالم‌ترین شکل ارتباطی بوده و می‌باشد.^۲

بی‌جهت نیست که در اسلام عموماً عبادات جنبه اجتماعی دارند و مشارکت اجتماعی و معاشرت با هم‌نوعان، در شکل‌ها و فرصت‌های مختلف همواره مورد تأکید دین است. در ارتباط سنتی انسان مستقیماً با مخاطب روبرو می‌شود، تبادل

۱. تکنوپولی، ص ۱۲۹.

۲. نک: موجودیت غرب و رسانه‌های نوین، ص ۱۵۳.

احساسات به خوبی صورت می‌گیرد، بازخورد و پس فرست سریع اتفاق می‌افتد، تفاهم و مشارکت معنایی راحت‌تر شکل می‌گیرد، پیام بی‌واسطه و بدون تحریف منتقل می‌شود، ارتباط تبلیغی با فرهنگ مردم بسیار نزدیک و هماهنگ است و در یک کلمه، همه چیز در فضای طبیعی واقعی روی می‌دهد.

یکی از چالش‌ها در این زمینه، آوردن مفاهیم و مناسک دینی از فضای واقعی به فضای مجازی است که موجب اثرپذیری آن مفاهیم و دست‌کاری مناسک می‌شود. برای نمونه، بردن مفاهیم دینی در قالب‌های تفریحی و سرگرمی، چه بسا سبب افت قداست آن‌ها و طرح آن‌ها در قالب آموزشی و ارشادی باعث افت مخاطب می‌شود.

چالش دیگر توسعه فضای مجازی این است که با توجه به تأثیرات گوناگون رسانه‌ها و کج‌کارکردهای فردی و اجتماعی آنها، برخی اندیشمندان نگران توسعه و بهره‌گیری حداکثری از آنها، بدون برنامه‌ریزی و ایجاد بسترهای لازم‌اند. از مهم‌ترین پیامدها می‌توان به کاهش مشارکت‌های اجتماعی اشاره کرد که می‌تواند سبب کم‌رنگ شدن اخلاق اجتماعی و خلوت شدن اجتماعات دینی شود.

محدودیت، سادگی و کندی، سه ویژگی برجسته نظام ارتباطات سنتی و واقعی بوده که هر سه ویژگی دستخوش دگرگونی‌های عمیق و گسترده شده است. امروزه در نظام ارتباطات نوین، شاهد نامحدودی، سرعت و پیچیدگی شگفت‌انگیزی شده‌ایم. این دگرگونی‌ها، نقطه عزیمت انسان به سوی تحولات فرهنگی ژرفی شده است.

جهانی که همه چیز در آن ممکن است و تحقق بسیاری از اتفاقات آن در دنیای واقعی امکان‌پذیر نیست. اما امروزه به کمک فناوری ارتباطات تا اندازه‌ای در عالم بیرون قابل تحقق است. بهترین تشبیهی که می‌تواند واقعیت دنیای مجازی را تا حدودی برای ما مجسم کند، این است که بگوییم دنیای مجازی، حلقه‌ای میان دنیای واقعی و دنیای خیال است به ما کمک می‌کند عالم خیال را به تصویر بکشیم

و آن را البته فقط به صورت مجازی عینیت ببخشیم و حتی برای رسیدن به آمال خود در آن زندگی کنیم.

غرقگی در گرداب اطلاعات

ویژگی‌های فناوری ارتباطات، یعنی محدود نبودن، سرعت انتقال و امکان دسترسی کاربران به انبوهی از اطلاعات، در صورت بی‌تدبیری می‌تواند به صورت گردابی هولناک آنان را در خود غرق کند. بسیاری می‌گویند از این دریانوردی و موج‌سواری بر دریای اطلاعات لذت می‌برند، ولی گاه احساس می‌کنیم مانند شاگرد جادوگری هستیم^۱ و نمی‌توانیم نیروهایی را که در خدمت گرفته‌ایم مهار کنیم و گرفتار ترس غرق شدن در سیلی می‌شویم که خود آن را به راه انداخته‌ایم. این اطلاعات از کجا می‌آید و چه بر سر ما می‌آورد؟^۲

طبع اولیه آدمی بگونه‌ای است که می‌خواهد کاملاً آزاد باشد و هرآنچه اراده می‌کند محقق شود. قرآن کریم درباره آزادی خواهی انسان می‌فرماید:

«بَلْ يَرِيدُ الْإِنْسَانُ لِيَفْجُرَ أَمَامَهُ»^۳: [انسان شک در معاد ندارد]، بلکه او می‌خواهد [آزاد باشد و بدون ترس از دادگاه قیامت] در تمام عمر گناه کند.

دنایای مجازی، برای آدمی بستر کاملاً آزادی فراهم می‌کند تا با سهولت تمام هرآنچه را اراده می‌کند به دست آورد. از این رو، در سایه فناوری ارتباطات هرکس می‌تواند هر پیامی را به هر مقدار، در هر جا، در هر زمان، با هر قالب، هرچند بار و بدون هیچ محدودیتی برای هرکس بفرستد یا متقابلاً از فردی دریافت کند.

۱. اشاره است به اثری از «پل دوکا» آهنگ‌ساز فرانسوی که شرح شاگرد جادوگری است که در غیاب استاد خود، ورد آب آوردن را می‌خواند. آن‌گاه که نزدیک به غرق شدن در امواج آب می‌شود، یادش می‌آید که ورد بند آوردن آب را بلد نیست.

۲. جستارهایی در دین و رسانه (۱)، «اطلاعات و واقعیت در پایان سده»، ص ۲۱۵.

۳. قیامت: ۵.

این وضعیت، از عدم محدودیت و توسعه زمانی، مکانی و محتوایی فضای مجازی سرچشمه می‌گیرد. با این حال، انسان قادر می‌شود آنچه را اراده می‌کند، تن‌ها با فشردن دکمه‌ای به راحتی انجام دهد. اما با توجه به نیازها و ویژگی‌های انسان، مصالح و مفاصل ارتباطاتی و اطلاعاتی او را چگونه و چه کسی باید در این فضای بی‌پایان ارتباطات و اطلاعات رد و بدل شده مدیریت کند؟ آیا انسانی که خودش گرفتار جذابیت‌های دنیای مجازی است و تمایلاتش او را به هر سو می‌کشاند، می‌تواند در این آبشار اطلاعاتی، خیر و شر خود را تشخیص دهد و آن را مدیریت کند؟

چالش‌های محتوایی فناوری ارتباطات

بی‌تردید توسعه فناوری ارتباطات، پیامدهای مثبت و منفی در پی داشته و تعارض‌های آن با فرهنگ اسلامی، موجب دغدغه‌هایی برای متولیان فرهنگی شده است. اکنون به برخی از تعارض‌های آن با عناصر فرهنگ، یعنی باورها، ارزش‌ها، هنجارها، نمادها و مصنوعات می‌پردازیم.

تعارض در سطح باورها

در فرهنگ باورها، اساس ارزش‌ها، و هنجارها زاینده ارزش‌های آن هستند. از این رو، در ادیان آسمانی بر باورهای توحیدی تأکید بسیاری شده است. در سایه فناوری ارتباطات و نظریه‌هایی چون آزادی اطلاعات، هر نوع باوری بی‌مهابا در رسانه‌ها مطرح می‌شود.

اسلام در مرحله نخست، اساس آموزه‌های خود را بر توحید، و در مرحله دوم بر اخلاق و ملکات فاضله قرار داده است و نیز برای عموم کارهای فردی و اجتماعی دستوراتی داده و حدودی قائل شده است. آزادی به معنایی که در تمدن جدید ارائه می‌شود، در اسلام وجهی ندارد، بلکه این دین آسمانی، حدود دیگری برای آن در نظر گرفته است.^۱

در هدف زندگی و حدود آزادی اسلام و از نظر مکاتب مادی و انسان‌محور، فاصله بسیاری دیده می‌شود. در تمدن جدید، چون پایه و اساس کار بر حداکثر بهره‌برداری از مادیات قرار دارد، همه افراد از قید معارف و عقاید دینی آزادند و هر عملی بخواهد، مجازند به جا آورند.

به یقین از نگاه دین، این‌گونه آزادی، روح انسانیت و ملکات فاضله را در انسان می‌کشد و او را تا حد حیوانات و حتی پست‌تر، تنزل می‌دهد^۲ و از تکاملی که خداوند برای آدمی در نظر گرفته، بازمی‌دارد؛ اما با توجه به ویژگی‌های فناوری ارتباطات، طرح باورهای بی‌اساس، الحادی و خرافی در رسانه‌های مختلف، موضوعی عادی است.

تعارض در سطح ارزش‌ها

طبیعی است که هر فرهنگ بر اساس ارزش‌های خود دست به تولید و توزیع اطلاعات می‌زند و ارزش‌های خود را در قالب برنامه‌های رسانه‌ای می‌ریزد. با توجه به عدم محدودیت توزیع برنامه‌ها در دیگر فرهنگ‌ها، عیناً همان برنامه‌ها به صورت گسترده و عمومی پخش می‌شود که خود یکی از عوامل تعارض‌های اخلاقی و متزلزل شدن ارزش‌های اسلامی است.

۱. نک: خلاصه تعالیم اسلام، ص ۴۰، ۴۱.

۲. اعراف: ۱۷۹.

پستمن که خود فرهنگ غرب را در دوره «تکنوپولی»^۱ و نابود شده می‌بیند، خطر اطلاعات را اینگونه ترسیم می‌کند:

اطلاعات بسیار خطرناک‌اند، اگر جایگاهی معین برای آن‌ها وجود نداشته باشد؛ اگر متکی بر نظریه و تئوری مخصوص خود نباشند؛ اگر طرح و نقشه جامعی نداشته باشند که آن‌ها جزئی از آن نقشه جامع را تشکیل دهند؛ و بالاخره اگر هدف و مفهوم و معنایی مافوق همه این‌ها نباشد که آن‌ها را در خدمت خود قرار دهد و به استخدام خود درآورد... بدین ترتیب است که اطلاعات نقش و چهره متافیزیکی پیدا می‌کند و ارزشی ماورای طبیعی می‌یابد و خود را جانشین هدف، وسیله و ثمره خلاقیت و اثروجویی انسان می‌کند. در زیر لوای حکومت «تکنوپولی»، به آنجا کشانده می‌شویم که عمر خود را در راه تلاش برای راه‌یابی و دسترسی به اطلاعات سپری کنیم. این دیگر به ما مربوط نمی‌شود که بپرسیم چرا این چنین است و بالاخره حدود مرز این تلاش‌ها تا کجاست؟^۲ برخی از تعارض‌ها در اخلاق فردی و اجتماعی، از ساختار وضعیت این فناوری برمی‌خیزد. در موقعیت تعارض ارزش‌ها، رسانه‌های جمعی گاه به دلیل مزایای احترام به سنت اخلاق عمومی و حفظ نظام، گزارش دقیق رویدادهای مهم را قربانی می‌کنند.

نکته دیگر، ضرورت اطلاع‌رسانی و مرز بسیار ظریف آن با اشاعه منکرات است. این در حالی است که متولیان فضای مجازی و کاربران آن در مراحل مختلف، به

۱. تکنوپولی نام یکی از کتاب‌های اوست. وی در این کتاب که نوع تعامل فرهنگ غرب را با فناوری به چالش کشیده است. نیل پستمن تاریخ بشر را در برخورد فرهنگ با تکنولوژی، به سه دوره ابزار، تکنوکراسی و تکنوپولی تقسیم می‌کند و معتقد است جوامع غربی به‌ویژه آمریکا در دوران تکنوپولی به سر می‌برند. پستمن این واژه را از ترکیب دو واژه تکنولوژی و منوپولی ابداع کرده به معنای «فرهنگ در انحصار تکنولوژی». او معتقد است چنین جوامعی دچار ایدز فرهنگی شده‌اند و فرهنگ آن‌ها قدرت دفاعی خود را از دست داده است.

۲. نک: تکنوپولی، ص ۱۰۵ و ۱۰۹.

رعایت اصول اخلاقی مقید باشند، وگرنه درجایی که مروج بد اخلاقی و بی بندوباری و اباحه‌گری باشند، مشکلاتش ناگفته پیداست.

تعارض در سطح هنجارها

وجه دیگر تعارض فناوری ارتباطات را باید در کارکردهای آن جست و جو کرد. رسانه‌ها با توجه به ویژگی اطلاع‌رسانی و جذابیتشان، از طرفی افراد را به شدت به خود وابسته می‌کنند و از طرف دیگر، هنجارهای مقبول متعارف را در فرهنگ‌های دیگر تغییر می‌دهند. این هنجارشکنی‌ها از نظر اخلاق اجتماعی می‌تواند برپیکره جامعه، ضررهای جبران‌ناپذیری وارد کند.

از آنجا که دین اسلام، دینی کاملاً اجتماعی است و احکام فقهی و اخلاقی آن عموماً رویکرد اجتماعی دارد، با انزوا و فردگرایی که حاصل وابستگی به رسانه‌هاست، مخالف است. فردیت که تن‌ها گوشه‌ای از پیامدهای منفی فناوری ارتباطات است، سبب کم‌رنگ شدن تعاملات اجتماعی و در نهایت، تعطیل ماندن اخلاق اجتماعی می‌شود.

با سست شدن هنجارهای اسلامی انتخاب سبک زندگی که از طرفی، دقیقاً منطبق بر فرهنگ الهی و از طرف دیگر، همسو با علایق و ارزش‌های اجتماعی باشد، مشکل‌تر می‌شود. بدین ترتیب، شخص در پیوندهای اجتماعی خود سخت‌گیرتر می‌گردد و دیگران نیز مشکل‌پسندتر می‌شوند. نتیجه تغییر هنجارها و جایگزینی معیارهای غیردینی، سبب می‌شود سبک زندگی ما در ابعاد مختلف دچار دگرگونی عمیقی شود.

«تمام وسایل ارتباط جمعی بر ما نفوذ دارند و روی ما کار می‌کنند. نتایج تأثیر آن‌ها از جهات شخصی، سیاسی، اقتصادی، زیباشناسی، روانی، اخلاقی، قولی

و اجتماعی، آن چنان شدید است که هیچ گوشه‌ای از وجود فیزیکی و روحانی ما را دست نخورده به حال خود رها نمی‌کنند»^۱.

تعارض در سطح محصولات

فناوری ارتباطات در کنار فرصت‌ها و مزایایی که برای زندگی سعادت‌مندان انسان فراهم می‌کند، با ایجاد خلأهایی می‌تواند تهدیدی جدی برای حیات وی باشد. از این رو اندیشمندان اسلامی همواره درخصوص پیامدهای منفی توسعه آن دغدغه‌هایی دارند. این نگرانی‌ها از چالش‌هایی سرچشمه می‌گیرد. برخی از چالش‌های ساختاری فناوری ارتباطات را می‌توان در محصولاتی دانست که در فضای مجازی تولید، توزیع و مصرف می‌شود که چه بسا با فرهنگ اسلامی در تعارض باشد.

محصولاتی که در فناوری ارتباطات تبلیغ و اطلاع‌رسانی می‌شوند، متناسب با ارزش‌ها، باورها و هنجارهای هر فرهنگ و جامعه است. این محصولات فرهنگی به وفور در حال تولید، توزیع و دریافت است. بخش بسیار زیادی از این محصولات، در قالب‌های مختلف به وسیله ابزارهای مدرن ذخیره‌سازی و به راحتی بین افراد رد و بدل می‌شود. بی‌گمان مصرف بی‌محابای این محصولات، به سلامت ارتباطی فرد و جامعه آسیب می‌زند.

اسلام درخصوص نگهداری، تولید، ارسال و دریافت پیام‌ها، معیارها و توصیه‌های مهمی دارد. این در حالی است که انسان امروزی و مدرن با تسهیلاتی که فناوری ارتباطات برای تمایلات نفسانی او فراهم می‌کند، از انسانیت می‌گریزد در گرداب محصولات رسانه‌ای، اصالت خویش را به فراموشی می‌سپارد و به ورطه حیوانیت سقوط می‌کند.

۱. آیینه جیبی آقای مک لوهان، ص ۲۹.

تعارض در سطح نمادها

بعد دیگر محتوایی و فرهنگی فناوری ارتباطات، نمادهایی است که به وفور نگهداری، تولید و فرستاده می‌شود. تولید و توزیع کلیپ‌ها، پیام‌ها و برنامه‌هایی که با نهادهایی غیراسلامی و گاه انسانی بدون لحاظ معیارهای فرهنگ اسلامی به مصرف‌گرایی، حرص، رقابت و پیرانگر، و مشکلات اعتقادی و فکری می‌انجامد نمونه‌هایی از نمادهایی است که با فرهنگ اسلامی در تعارض است.

بخش برنامه‌هایی مبتنی بر اندیشه‌های غیردینی با نمادهای متناسب با همان فرهنگ‌ها در لابه‌لای اخبار مهم، استعمار انسان‌ها و بهره‌برداری نامشروع از توجه آنان را در پی دارد. پیام‌های تند با تصاویر مبتذل، هم اخلاق عمومی را تخریب می‌کند و هم نیازمندی کاذب انسان‌ها را افزایش می‌دهد.

در فضای مجازی، برنامه‌های هیجان‌انگیز، تخیلی، وحشت، خشونت و پورنوگرافی بروز می‌کند. آیین‌ها و نمادهایی که برخلاف باورها، ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگ دینی است افزون بر آنکه موجب تضعیف نمادها و آیین‌های دینی می‌گردد، سبب مشکلات روحی- روانی و رفتاری مختلفی می‌شود.

ج) خانواده و لزوم سلامت ارتباطی

باید توجه داشت که روح انسان متأثر از عملکرد اوست. بنابراین هر نوع رفتار رسانه‌ای می‌تواند افزون بر آن که جان خود آدمی را آلوده می‌کند برای دیگران نیز خطرناک باشد به ویژه آنکه در فضای مجازی منتشر شود. به عبارت دیگر، تولید و توزیع و مصرف پیام‌هایی که امروزه در فضای مجازی منتشر می‌شود از نظر روحی و اخلاقی به مراتب می‌تواند از ویروس کرونا فراگیرتر و مخرب‌تر باشد.

از نظر قرآن کریم یکی از تعاملات انسان، ارتباط با خویشتن است. از نگاه دین، انسان همچنانکه باید به سلامت جسم خود اهمیت دهد و از آلوده شدن آن پیشگیری کند، باید به سلامت نفس و روح خود نیز توجه ویژه داشته باشد. در قرآن کریم از سلامت و بیماری قلب انسان فراوان سخن به میان آمده است:

«يَوْمَ لَا يَنْفَعُ مَالٌ وَلَا بَنُونَ * إِلَّا مَنْ أَتَى اللَّهَ بِقَلْبٍ سَلِيمٍ»؛ روزی که هیچ مال و فرزندی سود نمی‌دهد، مگر کسی که دلی پاک به سوی خدا بیاورد.

«وَأَمَّا الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ فَزَادَتْهُمْ رِجْسًا إِلَىٰ رِجْسِهِمْ وَ مَاتُوا وَ هُمْ كَافِرُونَ»؛ اما کسانی که در دل هایشان بیماری است، پلیدی بر پلیدی شان افزود و در حال کفر درمی گذرند.

براساس این آیات و واقعیات رفتاری آدمی، روشن می شود که رابطه رفتار انسان با روح او، علت و معلولی است و همه ارتباطات ما بر قلبمان اثر وضعی دارد. بنابراین، سلامت، و بیماری روح انسان ارتباط مستقیمی با عملکرد وی دارد.

تعریف سلامت ارتباطی

ایجاد ارتباط به عنوان تن‌ها مسیر کسب اطلاعات و معلومات و تحقق «شاکله» انسان، باید از سلامت لازم برخوردار باشد؛ زیرا دیگر رفتارهای انسان معلول باورها و ارزش‌هایی است که از راه ارتباطات به دست می‌آورد. بنابراین، در صورتی که انسان سلامت ارتباطی داشته باشد از وی رفتارهای سالمی نیز انتظار می‌رود. با این حساب می‌توان گفت ارتباطات، عامل نقل و انتقال اطلاعات است و آن‌ها بن‌مایه‌های کنش‌های انسان به شمار می‌روند. به عبارت دیگر، سلامت ارتباطی یعنی «تولید، توزیع و مصرف اطلاعات مورد نیاز و مفید مبتنی بر اساس اصول اخلاقی و دینی برای نیل به زندگی سعادت‌مندانانه». پس ارتباطات هر فرد با باورها و ارزش‌های وی رابطه مستقیمی دارد. از آن جمله، کسب اطلاعات است که سنگ بنای شخصیت انسان به شمار می‌رود؛ زیرا دانش سالم به بینش سالم و در نهایت به کنش سالم می‌انجامد.

ضرورت حفظ سلامت ارتباطی

امروزه انبوه متراکم و روبه افزایشی از اطلاعات به وسیله ابزارهای مدرن ارتباطی نگهداری، تولید، ارسال و دریافت می‌شود. به راستی چه مقدار از این دریای موج مورد نیاز ما و در راستای زندگی فردی و اجتماعی ماست؟ ما در فضایی زیست می‌کنیم که انسان‌واره‌های صنعتی در همه زوایای زندگی مان حضور چشمگیری دارند که نه‌تن‌ها نمی‌توانیم آن‌ها را حذف و حتی محدود کنیم، به دلایلی هرروز بیشتر به آن‌ها نیازمند و وابسته می‌شویم.

رسانه‌ها این انسان‌گونه‌های صنعتی، بیش از هم‌نوعانی که در گذشته با آن‌ها نشست و برخاست می‌کردیم ارتباط داشتیم و در بسیاری از مواقع به جای آنان با ما ارتباط دوسویه برقرار می‌کنند. آن‌ها در جای جای زندگی مان حضوری فعال دارند. از مهم‌ترین مبادی معرفتی ما شده‌اند. برایمان جذاب‌ترین داستان‌ها را به شیرین‌ترین زبان بازسازی می‌کنند و آن قدر هم‌نشینی با آن‌ها برایمان اعتیادآور شده که به شدت به آن‌ها احساس نیاز می‌کنیم؛ غافل از صحت و سقم مطالب و اخباری که به ما می‌دهند. از این رو، آن‌ها به نوعی قبله آگاهی‌هایمان شده‌اند؛ قبله‌ای که بی‌اختیار همه به آن روی آورده‌ایم.

فناوری اطلاعات، از یک سو آزادی عمل و از دیگر سو حریم‌های خصوصی برای انسان پدید می‌آورند و قدرت او را در همه فرایندهای ارتباطی، یعنی دریافت، نگهداری، تولید و توزیع پیام، به صورت چشمگیری بالا می‌برند، بنابراین، بی‌گمان اگر این توانمندی با اقدامات پیشگیرانه و درمانی مهار نشود، می‌تواند برای سلامت فرد و جامعه بسیار خطرناک باشد.

سیلاب اطلاعاتی که به وسیله رسانه‌های همگانی جاری می‌شود، با بی‌قیدی انسان، به تدریج تمامی جوامع را در خود غرق می‌کند. افرادی که خواه‌ناخواه در این

جو اطلاعاتی تنفس می‌کنند، از این اطلاعات نیز تغذیه می‌نمایند و اندک اندک در جریان امور قرار می‌گیرند و این اطلاعات را برای هم‌نوعان خود بازگو می‌کنند. تمام این عوامل هرچند نامحسوس و مبهم است، بر رفتار ما اثر می‌گذارد، ولی همان‌طور که رودهای بزرگ از پیوستن جویبارها به وجود می‌آیند، رویدادهای بزرگ نیز از رویدادهای کوچک پدیدار می‌شوند. این جریان، پیام‌های رسانه‌های همگانی هستند که به تدریج با پیوستن به هم، ما را در خود غرق و در روش زندگی و شیوه عمل ما تغییر ایجاد می‌کنند و در نتیجه، از طریق مغزشویی نامحسوس البته جزئی و بسیار کند باورهای تازه‌ای در ما به وجود می‌آورند.

به راستی همراهی و هم‌نشینی با کدام انسان، مؤثرتر از هم‌نشینی با رسانه‌هایی است که با جذابیت و مهارت تمام می‌توانند به ترویج فضیلت‌ها و رذیلت‌های اخلاقی بپردازند؟ بی‌تردید اطلاعاتی که از رسانه‌ها دریافت می‌شود، اثر وضعی خود را بر روح انسان می‌گذارد.

دشواری اجرای اخلاق اطلاعات، حتی در مفهوم ساده آن و بدون نگاه به ابعاد محتوایی، به مسئله تنوع کانال‌های اطلاعاتی و تنوع بسیار معیارها و مقیاس‌های مورد استفاده برمی‌گردد. واقعیت آن است که وقتی یک فناوری جدید پذیرفته می‌شود، برخی از نتایج و عوارض کاربرد آن ممکن است پرهیزناپذیر باشند.^۱ این وظیفه مهم در حفظ و تداوم سلامت ارتباطی در مرحله اول به عهده نهاد سپس نهادهای اجتماعی است. از نظر اسلام، مسلمانان در رفتار فردی و اجتماعی‌شان باید همواره از مظاهر قدرت، همگام و هماهنگ با اهرم‌های مهار آن استفاده کنند.

امروزه فن‌آوری ارتباطات را باید مهمترین مظاهر قدرت و منشأ تولید آن دانست که زمینه‌ساز توسعه قدرت بشر در سایر ابعاد زندگی است. بنابراین اگر به تناسب

۱. نک: جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی، ص ۱۳۹-۱۴۰.

توسعه سخت افزاری و نرم افزاری فضای مجازی به سلامت محتوایی آن توجه نشود، مخاطرات جبران ناپذیری برای جامعه و به ویژه نهاد خانواده خواهد داشت.

□ نقش نهاد دین در سلامت ارتباطی

از نگاه اسلام، نیاز به دین و نهاد دین، موضوعی در عرض دیگر موضوعات زندگی انسان نیست، بلکه اصل زندگی او و جهت دهنده دیگر نهادهای اجتماعی است. نهاد دین باید با تقویت باورهای دینی، ترویج ارزش‌های الهی و تعیین هنجارهای متناسب با روند رو به رشد فناوری ارتباطات، برای حفظ و تداوم سلامت ارتباطی و اطلاعاتی، وظایف افراد و دیگر نهادهای اجتماعی را در خصوص عناصر فرهنگی روشن کند.

دینی که به همه زوایای زندگی انسان و نیازهای معنوی و مادی او توجه دارد، هرگز نمی‌تواند درباره مهم‌ترین موضوع زندگی او، یعنی ارتباطات و اطلاعات نظر نداشته باشد؛ چنانکه کتاب به عنوان رسانه‌ای کارآمد، همواره از دو نظر سلبی و ایجابی مورد توجه دین و متدینان بوده است. سلبی برای پیشگیری از پیامدهای منفی آن برای سلامت روح انسان، و ایجابی برای بهره‌گیری از آن در راستای حفظ، تقویت و ارتقای سلامت روحی بشر.

بخشی از سواد رسانه‌ای را باید در آشنایی با شاخص‌های سلامت ارتباطی جستجو کرد که مهمترین و اساسی‌ترین نهادی که این معیارها را تعیین می‌کند نهاد دین است. دو نهاد حکومت و خانواده در هم‌افزایی یکدیگر باید از این منبع عظیم الهی در حفظ سلامت ارتباطی جامعه بهره ببرند.

نقش دین را در تعیین شاخص‌های سلامت ارتباطی و تعیین قلمرو تولید، توزیع و مصرف رسانه‌ای می‌توان در پنج عنصر اصلی فرهنگی به دست آورد:

تقویت باورها

نخستین راه مدیریت و مهار فناوری ارتباطات و اطلاعاتی که بریستر آن مبادله می‌شود، تقویت باورهای دینی است. باورها در هر فرهنگ، اساس دیگر عناصر فرهنگی است. از این رو، تقویت باورهای دینی در همه سطوح، به ویژه مبدأ و معاد می‌تواند عامل مهمی برای مهار انسان باشد. با توجه به گرایش‌های نفسانی انسان، به ویژه در خلوت‌ها و آزادی‌هایی که فناوری ارتباطات برای وی پدید می‌آورد، تن‌ها باور به حضور خدا در مقام مهم‌ترین و مؤثرترین مظهر قدرت نرم، می‌تواند در مهار نفس سرکش انسان که همواره او را به بدی فرامی‌خواند اثرگذار باشد.

تقویت ارزش‌ها

ارزش‌ها، عنصر دوم فرهنگ به شمار می‌روند و شامل اموری می‌شوند که از نظر دین مطلوبیت دارند. ارزش‌های دینی که در باورهای توحیدی ریشه دارند، تا آنجا در جامعه نقش آفرینی می‌کنند که آموخته شوند، مناسب حال باشند و افراد آن‌ها را به صحنه زندگی آورده باشند. هر فرد برای رشد خود، به منظومه‌ای از ارزش‌ها نیازمند است که در جامعه راهنمای اعمال او باشد.

تقوا مهم‌ترین ارزش اخلاقی است که تضمین‌کننده صلاح فرد و جامعه و تن‌ها معیار برتری انسان‌ها در پیشگاه الهی است. این اهرم، مهار درونی است که در خلوت و جلوت می‌تواند بر مبنای باور به حضور همیشگی خداوند موجب حفظ انسان از بیماری‌های روحی شود. از این رو، مؤمنان وظیفه دارند در حد توان این نیروی درونی را تقویت کنند:

«فَاتَّقُوا اللَّهَ مَا اسْتَطَعْتُمْ وَأَسْمِعُوا وَأَطِيعُوا وَأَنْفِقُوا خَيْرًا لِّأَنْفُسِكُمْ وَمَنْ يُوقِ شَخَّ نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ»؛ پس تا می‌توانید از خدا پروا

بدارید و بشنوید و فرمان ببرید، و مالی برای خودتان [در راه خدا] انفاق کنید، و کسانی که از خست نفس خویش مصون مانند، آنان رستگاران اند.

تقویت هنجارها

بخش مهمی از معارف دینی احکامی است که هنجارهایی را برای همه ابعاد زندگی فردی و اجتماعی معین کرده است. دین برای آنکه چرا، چه چیزی، چه موقع، کجا، به چه صورت و از چه جایی مطلبی را بشنویم یا ببینیم یا برای دیگران بفرستیم، معیارهایی تعیین کرده است. از این رو، سبک زندگی مؤمن و غیرمؤمن در عمل متفاوت می شود.

متدینان در سایه ایمان، به سلاح چیرگی بر اطلاعات نامطلوب و مضر مجهز می شوند و دقیقاً همین عامل، رفتار و کردار آنان را دارای معنا و مفهوم و هدف می سازد و به همه این ها روح می بخشد و همان گونه که معتقدند، آنان را از نوعی نیرومندی اخلاقی برخوردار می کند.

تقویت محصولات

ظرفیت هایی که فناوری ارتباطات برای تولید و توزیع محصولات فرهنگی پدید آورده، فضای مجازی را به بازار گسترده ای برای عرضه پیام تبدیل کرده است. در این بازار، کالاهایی خریدار دارد که بتواند مزیت های نسبی داشته باشد. بنابراین، نهاد دین نمی تواند نسبت به این فضای مجازی و تأثیرات آن ساکت باشد. نهاد دین باید همواره متدینان متخصص را به تولید محصولات فاخر و برخاسته از باورها، ارزش ها و هنجارهای دینی تشویق و انگیزه های آنان را در این جهاد فرهنگی تقویت کند.

تولید محصولات و برنامه‌های مناسب هر عصر که بر اساس دعوت اسلامی، امر به معروف، تبلیغ، تعلیم، اعلان و ... شکل می‌گیرد، افزون بر معرفی اسلام و تبلیغ آن، در برابر شبهات و جنگ روانی و تهاجم فرهنگی به پامی خیزد و تولیدات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری را در بر می‌گیرد.

مهم‌ترین بعد جهاد در عصر ارتباطات، شناساندن چهره زیبای دین اسلام است که مطابق با فطرت آدمی است و این مهم تن‌ها با تولید محتوا و برنامه‌هایی که می‌تواند معرف اسلام ناب باشد محقق می‌گردد. «جهاد تولیدی» یعنی «تلاش در جهت فراهم کردن امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و تولید برنامه متناسب با نیازهای جامعه بشری، به منظور معرفی تبیین ارزش‌ها و دفاع از کیان و حریم اسلام».

تقویت نمادها

نهاد دین با توجه به تعارضات فرهنگی، همواره از راه‌های مناسب، قداست آیین‌ها و نمادهای خود را حفظ می‌کند. بدون رعایت احترام و حفظ قداست نمادها، نمی‌توان به روش مؤثری برای حفظ مفهوم سنت و آیین دست یازید. در حقیقت سنت‌ها و آداب چیزی نیستند جز شناخت حاکمیت و احترام به آن و اقتدار نمادها و اعتبار دادن به روایاتی که محتوای این نهادها را شکل می‌دهند.

با اهمیت‌ترین روایات و قصص را در ادیان می‌توان جست‌وجو کرد؛ مثلاً در «سفر پیدایش» یا «بهاگاواد گیتا»^۱ و یا قصص قرآن. عده‌ای از جمله مورخ معتبری چون «آرنولد توین بی»^۲ معتقدند: «فرهنگ و جامعه‌ای که در مرکز ثقل خود فاقد چنین داستان‌های مذهبی باشد، محکوم به زوال است».^۳

1. Bhagavad Gita

2. Arnold Toynbee

نقش نهادهای اجتماعی

به هر میزان که نهادهای سنتی و اجتماعی قدرت خود را در سازماندهی و تشکیل بافت‌ها و باورهای ذهنی انسان از دست بدهند، و به هر میزان تأثیرشان در مجهز ساختن انسان‌ها به قدرت قضاوت و تشخیص و انتخاب بر اساس ملاک‌ها و ضوابط ارزشی و نهادی کاهش یابد، مهار اطلاعات دشوارتر می‌شود و در نتیجه ارزش‌های اخلاقی افول می‌کند و اهرم‌های نظارتی ناکارآمدتر می‌گردد.

این نکته بسیار مهم است؛ زیرا بیشتر نویسندگان و کسانی که پیرامون نهادهای اجتماعی مطالبی می‌نویسند به خصوص جامعه‌شناسان توجه ندارند که تضعیف هر نهاد، موجبات ضعف قدرت انسان‌ها را در مقابله با بحران‌ها و آشوب‌های اطلاعاتی فراهم می‌سازد.^۱

تمامی نهادهای اجتماعی یک جامعه به طور اعم، نقش مهارکننده را دارند و خود، دستگاه کنترل‌کننده آن هستند. بی‌حکمت نیست که در اسلام این همه بر حضور در اجتماعات و توجه به نهادهای رسمی و غیررسمی اجتماعی، همچون نهاد دین، آموزش و حکومت تأکید شده است.

نقش نهاد حکومت

فناوری ارتباطات به عنوان مهم‌ترین اهرم تولید و حفظ قدرت نرم و سخت، مورد توجه همه حکومت‌ها قرار دارد. نهاد حکومت همچنانکه در توسعه این فناوری ارتباطات نقش اصلی را ایفا می‌کند، می‌تواند با روش‌های مستقیم و غیرمستقیم و با تقویت و بهره‌گیری از دیگر نهادها اجتماعی بر فناوری ارتباطات و چرخه اطلاعات نظارت و آن را مهار کند.

۱. نک: تکنوپولی، ص ۱۲۲-۱۲۴.

هیچ یک از بنیان‌گذاران مذهبی، نه بودا و نه موسی عَلَيْهِ السَّلَام و نه عیسی عَلَيْهِ السَّلَام و نه محمد صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ و نه حتی لوتر هیچ کدام هرچه را که مردم می‌خواستند به آن‌ها هدیه نمی‌کردند، بلکه چیزی را به آنان عرضه می‌داشتند که برای آن‌ها ضروری و مفید بود. اما تلویزیون این وظیفه و مسئولیت را ندارد که آنچه را مردم بدان نیازمند هستند و برای آن‌ها ضروری و مفید است، بدان‌ها عرضه کنند؛ زیرا تلویزیون دوستدار مصرف‌کننده است؛ انسان هر وقت دلش خواست می‌تواند به آسانی آن را روشن یا خاموش کند.^۱

خودکفایی و استقلال در بعد سخت‌افزاری و نرم‌افزاری فناوری اطلاعات، مهم‌ترین گامی است که حکومت دینی می‌تواند در ایفای نقش خود در این جهت بردارد.

نقش نهاد خانواده

با وجود توسعه رسانه‌ها و نقش فضای مجازی در سامان‌دهی افکار و رفتار ما هنوز هم این نهاد خانواده است که باورها، ارزش‌ها و هنجارها را در عمل به به اعضای خود می‌آموزد و در حد امکان بر آن‌ها نظارت می‌کند.

این نهاد خانواده است که باز در رهایی فضای مجازی، مشخص می‌کند چه اسراری از دنیای بزرگ سالان برای کودکان می‌تواند فاش شود و کدام باید مخفی بماند. آنان در حضور کودکان از به کاربردن واژگان مخصوص و بیان مطالبی معین خودداری می‌کنند و آن‌ها را برای خردسالان نامناسب تشخیص می‌دهند. خانواده‌ای که بر روی کودکان و محیط اطلاعات فرزندان خود نظارت ندارد و یا از عهده کنترل اطلاعات دور و بر آنان ناتوان است، خانواده نیست.^۲

۱. زندگی در عیش مردن در خوشی، ص ۲۵۹.

۲. نک: همان، ص ۱۲۹.

فروریختن محدودیت‌ها، سرعت و پیچیدگی که پیامد طبیعی توسعه فناوری ارتباطات است، ضرورت و اهمیت مدیریت ارتباط را دوچندان می‌کند. فناوری ارتباطات به همان میزان که فرد و جامعه را توانمند می‌کند، نمی‌تواند به آنان قدرت و بینش پیشگیری و مهار بدهد.

این فناوری از سویی قدرت آدمی را در چهار حوزه نگرهداری، تولید، ارسال و دریافت به طرز عجیب و نامحدودی بالا برده است و از سوی دیگر، با ایجاد فضای مجازی، انسان را از فشارهای هنجاری محیط واقعی رهانیده است. این وضعیت دوره‌وارد داشته است که می‌تواند به نابودی فرد و جامعه بینجامد: ارائه قدرت مطلق و آزادی مطلق.

نبود محدودیت‌ها و آسودگی خاطر از نظارت‌های اجتماعی، سبب می‌شود هرکس کمترین دسترسی به این فناوری دارد، هر نوع پیامی را به هر صورتی، در هر زمانی، برای هرکسی، هر چند بار، در هر کجا بفرستد یا از طرف مقابل دریافت کند. پیام‌هایی که بسیاری از اوقات اگر برای سلامت روحی و ارتباطی انسان زیان‌آور نباشند به یقین سودمند هم نخواهند بود.

همچنان که حفظ سلامت جسمی ما در سایه دو اصل پیشگیری و درمان است. نهاد دین که عهده دار حفظ سلامت روحی جامعه است برای تدام این بعد از سلامت جامعه دو مرحله پیشگیری و درمان را مد نظر قرار داده است. دو اصل تقوا و توبه که در آیات و روایات به فور به آن اشاره شده در واقع تضمین‌کننده سلامت روحی نهاد خانواده است.

از آنجا که براساس فرهنگ اسلامی اطلاعات خوراک روحی انسان به شمار می‌روند ابتدا باید نهاد حکومت و نهاد خانواده با تکیه بر آموزه‌های دینی از تولید، توزیع و مصرف اطلاعات ناسالم و غیراخلاقی با تکیه بر اصل «تقوا» پیشگیری کنند و در صورت ابتلاء باید با توسل به اصل دوم یعنی «توبه» خسارات را جبران کنند؛ در غیر این صورت سلامت جامعه به مخاطره خواهد افتاد.

بنابراین، انسان مسلمان بیش از هر چیز نیازمند توانمندسازی خود در مدیریت ارتباط، به ویژه متناسب با اقتضائات فناوری ارتباطات است تا بتواند اطلاعات سالم را به میزان مورد نظر کسب، حفظ، توزیع و دریافت کند و در سایه آن افزون بر رفع نیازهای فردی و اجتماعی، نقش خود را به عنوان عنصری سالم در جامعه ایفا نماید.

د) خانواده و مدیریت فضای مجازی

به دلیل پیچیدگی‌های عصر ارتباطات، توجه به موضوع مدیریت ارتباط در ابعاد گوناگون ضروری است. اگرچه بخش مهمی از مدیریت کلان فضای مجازی به عهده حکومت است و این نهاد نقش اصلی را در مدیریت اولیه فضای مجازی به عهده دارند اما خانواده و اعضاء آن نیز که عمدتاً نقش تولید، توزیع و مصرف محصولات رسانه‌ای را به عهده دارند در مدیریت برفضای مجازی نقش بی بدیلی دارند؛ بنابراین نباید از خود سلب مسئولیت کنند و حالتی انفعالی به خود گیرند. در سطح نهاد خانواده باید این سئوالات را پاسخ داده که به راستی با توجه به ویژگی‌های فناوری ارتباطات و وجود انبوهی از اطلاعات صحیح و سقیم، چه مقدار و چه نوعی از آن‌ها در چه زمانی مورد نیاز ماست؟ چه مقدار و چه نوعی را می‌توانیم و باید برای دیگران توزیع کنیم؟ چه مقدار و چه نوعی را باید حفظ کنیم؟ همه این پرسش‌ها گویای اهمیت و ضرورت مدیریت ارتباط است. نهاد خانواده برای آن که از طرفی بتواند نیازهای خود را از طریق فضای مجازی برطرف کند و از طرف دیگر از تهدیدات آن پیشگیری نماید باید نسبت به جایگاهی که می‌تواند در فرآیند عملیات رسانه‌ای داشته باشد آگاه شود و مهارت‌های لازم را برای ایفای هر چه بهتر آن نقش به دست آورد.

نقش‌هایی که خانواده و اعضای آن‌ها می‌توانند برای مدیریت و سلامت فضای مجازی به ویژه در وضعیت کرونایی داشته باشند عبارتند از:

الف) تولید کننده پیام در فضای مجازی؛

ب) توزیع کننده پیام‌های فضای مجازی؛

ج) مصرف کننده پیام‌های فضای مجازی.

موضوع دیگری که خانواده برای مدیریت فضای مجازی باید روشن کند انواع نیازهایی است که باید به کمک فن‌آوری ارتباطات برطرف کند. بی‌تردید علاوه بر اینکه نیازهای خانواده‌ها در یک سطح نیست نمی‌توان برای همه خانواده‌ها نسخه واحدی پیچید. بنابراین هر خانواده‌ای لازم است به تناسب و با توجه به اقتضائات خود نیازهایش را دسته بندی کند.

می‌توان نیازهای اصلی خانواده را در استفاده از فضای مجازی به صورت زیر تقسیم بندی کرد:

یک) نیازهای ضروری

منظور نیازهای واقعی است که تن‌ها از راه بهره‌گیری از فضای مجازی تأمین می‌شوند و جایگزینی ندارند. مانند اینکه در قرنطینه خانگی امکان صله ارحام به صورت حضوری برای ما ممکن نیست و باید ضرورتاً از امکانات فن‌آوری ارتباطات برای برطرف کردن این نیاز بهره ببریم.

دو) نیازهای ترجیحی

منظور نیازهای واقعی است که حتی در وضعیت کرونایی می‌توان برای آن‌ها جایگزین پیدا کرد و بهره‌گیری از فضای مجازی ضرورتی ندارد. برای نمونه ما در محیط خانواده می‌توانیم به جای غرق شدن در اطلاعات نه‌چندان مطمئن رسانه‌ها به مطالعه کتاب‌های مفید پردازیم.

سه) نیازهای کاذب

بخشی از آنچه ما نسبت به آن احساس نیاز می‌کنیم قطعاً کاذب است و اگر خانواده درست آن‌ها را شناسایی کند می‌تواند به راحتی آن‌ها را مدیریت و کنترل و نهایتاً حذف کند؛ به عنوان مثال احساس نیاز به گشت و گذارهای بدون هدف در فضای مجازی که نهایتاً چیزی دستگیر ما نخواهد شد.

چهار) نیازهای مضر

برخی از آنچه ما به آن احساس نیاز می‌کنیم اگرچه ممکن است منشأ واقعی داشته باشد اما چه بسا در پاسخگویی به آن‌ها دچار خطای تشخیصی شویم و خواسته و ناخواسته آن را از راه‌هایی برآورده کنیم که ممکن است ضررهای جسمی و روحی برای خانواده‌ها داشته باشد. این نوع نیازها را که از هوای نفس نشأت می‌گیرد، باید در پیگیری اطلاعات و اخبار غلط و یا محتوای غیراخلاقی جستجو کرد. برای آنکه خانواده‌ها در وضعیت کرونایی بهتر بتوانند تعامل خود را با فضای مجازی مدیریت کنند توجه به اصول مدیریت ضروری است که به آن‌ها اشاره می‌کنیم.

برنامه‌ریزی

برنامه‌ریزی برای رسیدن به هر هدفی، رمز موفقیت انسان در همه عرصه‌های زندگی است. از این رو، نخستین گام برای مدیریت فضای مجازی در خانواده کسب آگاهی و تدبیر درباره چگونگی بهره‌برداری از آن است.

پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ می‌فرماید:

ای ابن مسعود! وقتی می‌خواهی کاری انجام دهی، آن را با آگاهی و اندیشه انجام ده و از اینکه کاری را بدون تدبیر [برنامه‌ریزی] و آگاهی انجام دهی^۱ بپرهیز که خدای تعالی می‌فرماید: «همانند

۱. (وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ نَقَّضْتُ عَنْهَا مِثْقَالَ ذَرَّةٍ) (نحل: ۹۲).

آن زن [سبک مغز] نباشید که پشم‌های تابیده خود را پس از استحکام، وامی‌تابید»^۱.

بسیاری از مشکلات در نداشتن برنامه پدید می‌آید. پس خانواده در هر نقشی که نسبت به فرایند تولید، توزیع و مصرف محصولات فضای مجازی دارد باید برای چگونگی ایفای هرچه بهترین نقش برنامه‌ریزی کند تا به پشیمانی دچار نشود.

امام علی علیه السلام می‌فرماید: «برنامه‌ریزی قبل از کار، تورا از پشیمانی ایمن می‌کند»^۲. برنامه‌ریزی، لوازمی دارد که تفکریکی از آنهاست؛ اندیشیدن قبل از تعامل با فضای مجازی، موجب می‌شود انسان جوانب آن را دقیق‌تر ببیند و برای رفع موانع رسیدن به اهداف مورد نظر، درست‌چاره‌اندیشی کند. امام علی علیه السلام می‌فرماید:

فایده فکر کردن، چاره‌اندیشی است.^۳ کسی که بنشیند و برای

حل مشکلات چاره‌اندیشی نکند سختی‌ها بر او چیره می‌شود.^۴

یکی دیگر از لوازم برنامه‌ریزی، بهره‌گیری از تجربه‌های گذشته است. شکست‌ها و پیروزی‌های پیشینی تعامل با فضای مجازی، می‌تواند آینه‌های برای موفقیت‌های آینده و پیشگیری از ناکامی‌های انسان در ارتباط با دیگران باشد. امام علی علیه السلام می‌فرماید: «کسی که تجربه‌اش افزون باشد، لغزش‌هایش اندک می‌شود»^۵.

مشورت با افراد باتجربه و بهره‌گیری از اندیشه و سوابق موفقیت‌آمیز، یکی دیگر از لوازم برنامه‌ریزی است. امام علی علیه السلام در این باره می‌فرماید:

کسی که در رأی خود مستبد باشد، هلاک می‌شود و کسی که

با مردان باتجربه مشورت کند، اندیشه‌های آنان را در رأی خود

سهیم می‌کند.^۶

۱. بحارالانوار، ج ۷۴، ص ۱۱۰.

۲. همان، ج ۶۸، ص ۳۳۶.

۳. میزان الحکمه، ج ۲، ص ۵۵۱.

۴. غرر الحکم و درر الکلم، ح ۸۶۷۱.

۵. همان، ح ۷۲۹۳.

۶. نهج البلاغه، حکمت ۱۶۱.

یکی دیگر از لوازم برنامه‌ریزی ارتباطی، پیش‌بینی و دوراندیشی است. امام علی علیه السلام می‌فرماید: «عاقل‌ترین مردم کسی است که درباره عواقب کارها دوراندیشی کند».^۱

هدف‌گذاری

هدف یعنی: «مقصد و نقطه‌ای که همه تلاش‌ها به آن معطوف می‌شود». انسان در مقام کننده‌کار، باید غرض خود را از کارهایش روشن کند و تمام تلاش خود را برای رسیدن به اهداف به کار گیرد. هدف بهره‌گیری خانواده‌ها از فضای مجازی به باورها، ارزش‌ها و هنجارهای هر خانواده‌ای بستگی دارد.

برای رسیدن به هدف، شناخت توانایی‌ها و ظرفیت‌های خانواده، از مهم‌ترین عوامل موفقیت آن است. طبیعی است که بافت خانواده‌ها با هم متفاوت است از این رو هر کدام باید به تناسب نیازهای خود اهدافشان را از تعامل با رسانه‌ها روشن کنند. ابهام و سردرگمی در هدف‌گذاری نسبت به بهره‌برداری از فضای مجازی می‌تواند عواقب خطرناکی داشته باشد. امام علی علیه السلام درباره این مهم می‌فرماید: از سخنی که روش آن را نمی‌شناسی و از حقیقت آن آگاه نیستی، بپرهیز؛ زیرا سخن تو بر عقلت دلالت و گفتارت از میزان معرفت نشان دارد.^۲

شناخت فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی برای نیل به اهداف خانواده در بهره‌گیری از آن یکی از لوازم مدیریت درست فضای مجازی و مهم‌ترین عواملی است که ما را در مقابله با پیامدهای منفی آن بالا می‌برد. رسول خدا صلی الله علیه و آله و سلم می‌فرماید: «به کارهایی تن دهید که توانایی آن‌ها را دارید».^۳

۱. میزان الحکمه، ج ۲، ص ۳۸۶.

۲. غرر الحکم و درر الکلم، ج ۱۰۹۵۷.

۳. کنز العمال، ج ۵۲۹۹.

ایشان در سفارشی به ابوذر می‌فرماید:

سزاوار نیست مؤمن به کاری بپردازد که سبب خواری وی شود.
پرسید: چگونه مؤمن خود را خوار می‌کند؟ فرمود: اینکه خود را به
اموری مبتلا کند که توانایی نجات از آن را ندارد.^۱

تصمیم‌گیری

یکی از مهم‌ترین اصول مدیریت ارتباط، تصمیم‌گیری است. تصمیم‌گیری یعنی: «فرایندی که طی آن بهترین راه حل برای انجام کاری یا اجرای برنامه‌ای برگزیده می‌شود». تصمیم‌گیری بستگی به آن دارد که مادر تعامل با فضای مجازی در کدام مرحله از فرایند تولید و توزیع و مصرف محصولات رسانه‌ای قرار داریم. موضوع دیگری که در مدیریت فضای مجازی برای خانواده‌ها بسیار مهم است شناخت پیام‌ها و اغراضی است که متولیان رسانه‌ها در انتشار آن‌ها دارند. خانواده باید پیام‌های خود را نیز به درستی مدیریت و به گونه‌ای عمل کند که سلامت ارتباطی خود و جامعه را به مخاطره نیندازد:

(الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَ
أُولَئِكَ هُمُ أُولُوا الْأَلْبَابِ)^۲

آنان که به سخن گوش فرا می‌دهند و بهترین آن را پیروی می‌کنند؛
اینان‌اند که خدایشان راه نموده و اینان‌اند همان خردمندان.

همیشه برای رسیدن به اهداف ارتباطی، با توجه به عناصر ساخت پیام، به ویژه نحوه ارائه آن راهکارهای گوناگونی وجود دارد. برای آنکه بخواهیم با کسی ارتباط برقرار کنیم می‌توانیم از راه‌ها و روش‌های مختلفی اقدام کنیم، ولی باید دید کدام شیوه بهتر و مؤثرتر است و ما را با کمترین هزینه به هدف می‌رساند.

۱. المعجم الکبیر، ج ۱۲، ص ۳۱۲.

۲. زمر: ۱۸.

انسان در موقعیت گیرنده پیام نیز وظیفه دارد اطلاعات دریافتی و ذخیره شده خود را نیز مدیریت کند؛ زیرا هر کس در مقابل آنچه می شنود و می بیند مسئول است:

(وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا)^۱

از آنچه به آن آگاهی نداری، پیروی مکن؛ چراکه گوش و چشم و دل، همه مورد سؤال اند.

از نگاه قرآن کریم، انسان مؤمن به هر سخنی گوش نمی سپارد و دریچه دیده به هر سونمی گشاید:

(وَإِذَا سَمِعُوا اللَّغْوَ أَعْرَضُوا عَنْهُ وَقَالُوا لَنَا أَعْمَالُنَا وَلكُمْ أَعْمَالُكُمْ سَلَامٌ عَلَيْكُمْ لَا تَبْتَغِي الْجَاهِلِينَ)^۲

و چون لغوی بشنوند از آن روی برمی تابند و می گویند: «کردارهای ما از آن ما و کردارهای شما از آن شماست. سلام بر شما، جویای [مصاحبت] نادانان نیستیم.»

بعد دیگر مدیریت ارتباطات، قرار گرفتن در موقعیت هایی است که انسان از آن ها اثر می پذیرد. از این رو، پیشوایان معصوم ما را به همنشینی با صالحان و حضور در مجالس ذکر و عبادت، توصیه و تشویق، و از مجالست با افراد فاسد و حضور در مجالس آنان نهی کرده اند.^۳ امام علی علیه السلام می فرماید:

هم نشینی با مردم هواپرست، ایمان را از خاطره ها به دست فراموشی می سپارد و سبب حضور شیاطین می شود.^۴

۱. اسراء: ۳۶.

۲. قصص ۵۵.

۳. کافی، ج ۴، ص ۶۹۵.

۴. نهج البلاغه، خ ۸۶.

امام جواد علیه السلام هم می فرماید:

هر کس به گوینده‌ای گوش سپارد، بنده او شده است. پس اگر
سخنگوی خدا باشد، خدا را بندگی کرده و چنانچه شیطان باشد،
شیطان را بندگی کرده است.^۱

انسان مؤمن به هر سخنی گوش نمی سپارد و دریچه دیده به هر سونمی گشاید:

(وَإِذَا سَمِعُوا اللَّغْوَ أَعْرَضُوا عَنْهُ وَقَالُوا لَنَا أَعْمَالُنَا وَلَكُمْ أَعْمَالُكُمْ سَلَامٌ
عَلَيْكُمْ لَا نَبْتَغِي الْجَاهِلِينَ)^۲

و چون لغوی بشنوند، از آن روی برمی تابند و می گویند: کردارهای
ما از آن ما و کردارهای شما از آن شماست. سلام بر شما! جویای
[مصاحبت] نادانان نیستیم.

در برخی روایات، از رعایت حقوق ابزارهای ارتباطی سخن به میان آمده که ناظر
به مدیریت ارتباط است. برای نمونه، امام سجاد علیه السلام می فرماید:

حق گوش این است که نگذاری هر سخنی را وارد قلبت کند،
مگر روزنه‌ای پاک که در دلت نیکی پدید آورد یا مایه دستیابی به
اخلاقی شایسته گردد. چون گوش راه ورود گفتار به قلب است،
که معانی گوناگون نیک یا بد را به دل می رساند.^۳

از این سخنان به خوبی روشن می شود که انسان به یقین از هم نشینی و انس
با دیگران به ویژه رسانه‌ها متأثر می شود؛ به گونه‌ای که حتی تا حد بندگی آنان
پیش می رود. بنابراین، مراقبت بر ارتباط با دیگران، به ویژه در بهره‌گیری از فناوری
ارتباطات که به مثابه فرد یا گروه عمل می کنند، بسیار مهم و برای حفظ و تداوم

۱. «من أضحى إلى ناطق فقد غبده، فإن كان الناطق عن الله فقد غبده الله وإن كان الناطق ينطق عن لسان إبليس فقد غبده إبليس» (بحار الانوار، ج ۲۶، ص ۲۳۹).

۲. قصص: ۵۵.

۳. «وَأَمَّا حَقُّ السَّمْعِ فَتَنْزِيهِهُ عَنْ أَنْ تَجْعَلَهُ طَرِيقاً إِلَى قَلْبِكَ إِلَّا لِقَوْلِهِ كَرِيمَةً تُحَدِّثُ فِي قَلْبِكَ خَيْراً أَوْ تَكْسِبُكَ خُلُقاً كَرِيماً فَإِنَّهُ بَابُ الْكَلَامِ إِلَى الْقَلْبِ يُؤَدِّي إِلَيْهِ صُرُوبُ الْمَعَانِي عَلَى مَا فِيهَا مِنْ خَيْرٍ أَوْ شَرٍّ». (تحف العقول، ص ۲۵۵)

سلامت ارتباطی انسان حیاتی است. این واقعیت را مولوی به زیبایی در قالب مثنوی به بیان کرده است.^۱

کنترل و نظارت

اسلام، اهرم نظارت درونی را برای تأمین سلامت ارتباطی فرد و جامعه در نظر گرفته است. مراقبت به ما کمک می‌کند در مسیر ارتباطات درست حرکت کنیم و در میزان، منبع و نوع اطلاعاتی که قرار است ذخیره کنیم، به دست آوریم یا توزیع نماییم، مراقبت‌های لازم را در نظر بگیریم.

(فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ إِلَى طَعَامِهِ)^۲

پس انسان باید به خوراک خود بنگرد.

در برخی احادیث چنین آمده که منظور از «طعام» در این آیه، غذای روحی و معنوی انسان، یعنی دانش و اطلاعات مورد نیاز آدمی است که به واسطه ارتباطات خود به دست می‌آورد.^۳ از این رو، انسان در برابر اطلاعات گردآوری شده خود از راه شنیده‌ها و دیده‌ها، مسئول است.

فناوری انسان‌گونه ارتباطات، ممکن است صالح یا فاسد باشد و هم‌نشینی با آن‌ها می‌تواند اثر مثبت یا منفی در انسان برجا بگذارد. در منابع دینی درباره مجالست با افراد بسیار سخن گفته‌اند؛ زیرا هم‌نشینی با افراد برافکار و اخلاق انسان اثر می‌گذارد. از این رو، قرآن کریم نتیجه معاشرت با بدان را اینگونه ترسیم می‌کند:

۱. مثنوی مولوی، دفتر سوم.

فهم آب است و وجود تن سبو
این سبو را پنج سوراخ است زرف
امرغضا غضة ابصارکم
از دهانت نطق فهمت را برد
همچنین سوراخ‌های دیگر

چون سیو بشکست ریزد آب ازو
اندرو نه آب ماند خود نه برف
هم شنیدی راست نهادهی تو سم
گوش چون ریگ است فهمت را خورد
می‌کشاند آب فهم مضمرت

۲. عبس: ۲۴.

۳. تفسیر البرهان، ذیل آیه.

(وَيَوْمَ يَعَضُّ الظَّالِمُ عَلَى يَدَيْهِ يَقُولُ يَا لَيْتَنِي اتَّخَذْتُ مَعَ الرَّسُولِ سَبِيلًا
 يَا وَيْلَتَا لَيْتَنِي لَمَّا أَخَذْتُ فُلَانًا خَلِيلًا لَقَدْ أَضَلَّنِي عَنِ الذِّكْرِ بَعْدَ إِذْ جَاءَنِي
 وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِلْإِنْسَانِ خَدُولًا^۱)

وروزی است که ستمکار دست‌های خود را می‌گزد [و] می‌گوید:
 ای کاش با پیامبرراهی برمی‌گرفتم. ای وای! کاش فلانی را دوست
 [خود] نگرفته بودم. او [بود که] مرا به گمراهی کشانید، پس از آنکه
 قرآن به من رسیده بود؛ و شیطان همواره خوارکننده انسان است.

افزون بر خانواده‌ها متولیان فناوری ارتباطات نیز وظیفه دارند با اقدامات پیشگیرانه
 و نظارت بر روند تولید و توزیع اطلاعات در جهت ترویج ارزش‌های اخلاقی و تقویت
 نهادهای اجتماعی - که می‌توانند معیارها و استانداردهای ارتباطات و اطلاعات را
 تعیین و کنترل کنند - بسیار کاربرد داشته باشند. از این نظر، به کارگیری رسانه‌ها
 از جهت آموزش و توسعه اخلاق فردی و اجتماعی مهم است.

در طرف مقابل، انسان در مقام گیرنده پیام و کسب اطلاعات، باید همین دو
 اصل، یعنی پیشگیری و نظارت را در ارتباطات خود با هم‌نوعان و فناوری ارتباطات
 در نظر داشته باشد.

نتیجه‌گیری

با توجه به آنچه گذشت می‌توان چنین نتیجه گرفت که نهادهای اجتماعی به ویژه نهاد خانواده که در وضعیت کرونایی از موقعیت کاملاً ویژه‌ای برای مدیریت فضای مجازی برخوردار است با دو اصل اساسی «پیشگیری» و «درمان» می‌تواند به رسالت خطیر خود عمل کند.

نهاد خانواده با تکیه بر سواد رسانه‌ای، توجه به پیامدهای منفی آن‌ها و اصول مدیریت فضای مجازی، پیشگیری به ما کمک می‌کند در دام آلودگی‌های اطلاعات فاسد گرفتار نشویم. در ادیان الهی و به ویژه دین مبین اسلام، بیشترین توصیه‌ها و رهنمودهای اجتماعی برای چگونگی مهار قدرت، به صورت درونی و بیرونی اختصاص یافته است. تقوا به عنوان مهم‌ترین اصل اخلاقی، سبب مهار قدرت انسان از درون می‌شود.^۱

مدیریت فضای مجازی با تکیه بر تقوای خانوادگی سبب پیشگیری از آلودگی‌های ارتباطی می‌شود و همچون زرهی است که انسان را از آلودگی‌های روحی در امان می‌دارد؛ کارکرد دیگر تقوا، توجه و هشیاری در برابر وسوسه‌های شیطان و لغزشگاه‌هایی است که او برای اغوای انسان در نظر گرفته است.^۲

۱. نک: فلسفه قدرت، ص ۲۶۵. نیز مانده: ۸؛ فتح: ۲۹؛ نحل: ۹۰؛ آل عمران: ۱۳۴؛ یونس: ۳۵؛ بقره: ۲۵۶؛ نساء: ۶۰؛ زمر: ۱۷؛ حجرات: ۶.
۲. اعراف: ۲۰۱.

تقوا، در ایمان انسان به مبدأ و معاد ریشه دارد و کارآمدترین، کم هزینه‌ترین، عمومی‌ترین و مؤثرترین اهرم برای مهار انسان در برابر آلودگی‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی است و ویژگی‌های آن عبارت‌اند از:

- همچون کانون خودجوشی در باطن فرد قدرتمند، پنهان است؛
- موجب خودمهاری فرد قدرتمند می‌شود؛
- از ابتدای اقدام به تولید قدرت و پیش از مرحله اعمال قدرت، ظاهر می‌شود؛

- تقوا همواره مرزهای ممنوعه اعمال قدرت را در منظر قدرتمندان قرار می‌دهد؛

- به صورت نیروی پیشگیرانه، انسان را از ورود به منطقه ممنوعه بازمی‌دارد؛

- در کنار کم هزینه بودن موجب صرفه‌جویی در دیگر هزینه‌ها برای کنترل قدرت می‌شود؛

- اعمال قدرت را از ایجاد خسارت‌ها و به دنبال آن، انسان را از بروز ندامت‌های

پی‌درپی مصون می‌دارد.^۱

طبیعی است که انسان در مسیر حرکت خود به دلایلی مرتکب خطا می‌شود و

به بیماری‌های روحی دچار می‌شود اینجاست که توبه و بازگشت به سوی خداوند

که جنبه درمان و اصلاح دارد، سبب بازیابی سلامت و پاکی روح آدمی می‌شود.

دین، در لغزش‌ها، توبه و بازگشت به سوی خدا راتن‌ها راه بازیافت این سلامت به

فرد و جامعه می‌داند.^۲

۱. نک: فلسفه قدرت، ص ۳۹۷ - ۳۹۹.

۲. آل‌عمران: ۱۳۵.

فهرست منابع

۱. قرآن کریم
۲. آینه جیبی آقای مک لوهان، رشیدپور، ابراهیم، تهران: سروش، چاپ سوم، ۱۳۹۰ ه.ش.
۳. بحار الانوار، مجلسی، محمدباقر، بیروت: مؤسسة الوفاء، چاپ دوم، ۱۴۰۳ ه.ق.
۴. برای درک رسانه‌ها، مک لوهان، هربرت مارشال، ترجمه: سعید آذری، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صداوسیما، چاپ اول، ۱۳۷۷ ه.ش.
۵. البرهان فی تفسیر القرآن، بحرانی، سید هاشم، تهران: بنیاد بعثت، چاپ اول، ۱۴۱۶ ه.ق.
۶. تکنوپولی، پستمن، نیل، ترجمه: صادق طباطبایی، تهران: اطلاعات، چاپ هفتم، ۱۳۹۰ ه.ش.
۷. جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی، محسنی، منوچهر، بی‌جا: دیدار، چاپ اول، ۱۳۸۰ ه.ش.
۸. جستارهایی در دین و رسانه، جمعی از نویسندگان و مترجمان، قم: انتشارات دانشگاه ادیان و مذاهب، چاپ اول، ۱۳۹۱ ه.ش.
۹. جوان مسلمان و دنیای متجدد، نصر، سید حسین، ترجمه: مرتضی اسعدی، تهران: طرح نو، چاپ دوم، ۱۳۷۴ ه.ش.
۱۰. خلاصه تعالیم اسلام، طباطبایی، سید محمدحسین، بی‌جا: دارال تبلیغ اسلامی، بی‌تا.
۱۱. زندگی در عیش مردن در خوشی، پستمن، نیل، ترجمه: صادق طباطبایی، تهران: اطلاعات، چاپ هفتم، ۱۳۹۱ ه.ش.
۱۲. غرر الحکم و درر الکلم، تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، قم: بی‌نا، چاپ دوم، ۱۴۱۰ ه.ق.
۱۳. فلسفه قدرت، موسوی، سید عباس، تهران و قم: سمت و پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، چاپ اول، ۱۳۷۹ ه.ش.
۱۴. الکافی، کلینی، محمد بن یعقوب، تهران: الإسلامية، چاپ چهارم، ۱۴۰۷ ه.ق.
۱۵. کنز العمال فی سنن الاقوال و الاحوال، متقی هندی، علاءالدین بن حسام‌الدین، بی‌جا: مؤسسة الرسالة، ۱۴۰۹ ه.ق.
۱۶. مثنوی معنوی، مولانا، جلال‌الدین محمد، براساس نسخه تصحیح شده رینولد نیکلسون، با مقدمه استاد بدیع‌الزمان فروزانفر، تهران: انتشارات امیرمستعان، ۱۳۷۸ ه.ق.
۱۷. المعجم الكبير، طبرانی، ابوالقاسم سلیمان بن احمد، بیروت: المكتبة العلمية، ۱۴۲۸ ه.ق.
۱۸. موجودیت غرب و رسانه‌های تکنولوژیک، حسنی، محمد، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما، چاپ اول، ۱۳۸۴ ه.ش.
۱۹. میزان الحکمة، محمدی ری‌شهری، محمد، قم: دارالحدیث، ویرایش دوم، ۱۴۲۹ ه.ق.
۲۰. نهج البلاغه، سید رضی، تصحیح: صبحی صالح، بی‌جا: دارالهجرة، ۱۳۹۵ ه.ق.